

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

LEANDRO BONOTTO

**ANÁLISE DO DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES
CATARINENSES: AS QUATRO PRIMEIRAS POSIÇÕES NO
RANKING ESTADUAL DE 2001 A 2006**

Florianópolis - SC
2006

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ANÁLISE DO DESEMPENHO DAS EXPORTAÇÕES
CATARINENSES: AS QUATRO PRIMEIRAS POSIÇÕES NO
RANKING ESTADUAL DE 2001 A 2006

Monografia submetida ao Departamento de Ciências Econômicas para obtenção de carga horária na disciplina CNM 5420 – Monografia.

Por: Leandro Bonotto

Orientador: Prof. Osvaldo G. Moritz.

Área de Pesquisa: Comércio Internacional


Palavras – Chaves: 1 Santa Catarina
2 Exportação
3 Riscos

Florianópolis, Agosto de 2006


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 6,5 ao aluno Leandro Bonotto na Disciplina CNM 5420 – Monografia pela apresentação deste trabalho.

BANCA EXAMINADORA:



Prof. Osvaldo G. Moritz
Orientador



Prof. Celso Leonardo Weydmann
Membro



Prof. Lauro Mattei
Membro

“Dedico a minha família e principalmente aos meus pais pelo carinho e motivação que me deram em todo esses anos de universidade”.

“Agradeço todos os meus professores, meu orientador, meus amigos e principalmente a Deus”.

SUMÁRIO

RESUMO	VII
LISTA DE ILUSTRAÇÕES.....	VIII
LISTA DE TABELAS.....	XV
INTRODUÇÃO	11
1 O COMÉRCIO INTERNACIONAL	14
1.1 Grau de mobilidade dos fatores de produção	15
1.2 Natureza do mercado	17
1.3 Barreiras aduaneiras e outras restrições	17
1.4 Longas distâncias	18
1.5 Variações de ordem monetária	19
1.6 Variações legais.....	19
1.7 Barreiras Tarifárias.....	20
2 EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO.....	21
2.1 Incoterms	21
2.2 A Classificação dos Incoterms	22
3 TRATADOS E ACORDOS COMERCIAIS.....	25
4 SANTA CATARINA.....	27
4.1 Indústria, comércio e economia.....	28
4.2 A Exportação em Santa Catarina	34
4.2.1 O Frango	34

4.2.2 Carnes de suíno.....	36
4.2.3 Móveis de Madeira	38

5 A EVOLUÇÃO DOS QUATRO PRODUTOS MAIS EXPORTADOS POR SANTA CATARINA ENTRE 2001 a 2005.....	41
---	-----------

5.1 O ano de 2001	43
5.2 O ano de 2002	45
5.3 O ano de 2003	47
5.4 O ano de 2004	49
5.5 O ano de 2005.....	51

6 DISCUSSÃO SOBRE O RUMO DAS EXPORTAÇÕES CATARINENSES	54
--	-----------

CONCLUSÃO	58
------------------------	-----------

REFERÊNCIAS.....	61
-------------------------	-----------

RESUMO

Esse trabalho tem o objetivo inicial de estudar o desempenho das exportações do Estado de Santa Catarina quanto aos quatro principais produtos mais exportados de 2001 a 2006. O Estudo foi conduzido não considerando o produto em si, mas sua posição nos quatro primeiros lugares do ranking estatístico. Através do cruzamento dos dados estatísticos com observações teóricas e empíricas, foram feitas buscas analíticas e sistemáticas por futuros riscos e oportunidades. O frango aparece de longe como uma constante no primeiro lugar, representando entre 41% a 46% do total dos quatro produtos mais exportados de 2001 a 2006. Os outros três produtos, suínos, móveis de madeira e motocompressores aparecem com 15% a 20% cada, então o estudo concentrou sua atenção nas futuras oportunidades e risco para a exportação de frango. Os resultados mostraram que a indústria do frango tem uma organização centralizada realizada por poucas empresas e um setor de produção pulverizado, formado por numerosos produtores. Em 2004, ocorreu uma explosão nas exportações, não pela qualidade ou preço, mas por problemas sanitários e de doenças aviárias nos principais exportadores internacionais. Nesse quadro, pelo menos dois riscos e duas oportunidades foram identificados como conclusão.

Palavras-chave: Santa Catarina, exportação, riscos, oportunidades, frango.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 01 – Proporção de empresas nos 10 primeiros estados do ranking nacional	30
Gráfico 02 – Comparação do crescimento do número de empresas nacional e estadual (1996 a 2003).....	31
Gráfico 03 - Proporção das empresas de Santa Catarina por faixa de pessoal ocupado (2003)	32
Gráfico 04 – Posição do frango em relação aos 10 produtos mais exportados	36
Gráfico 05 – Posição do porco em relação aos 10 produtos mais exportado	38
Gráfico 06 – Distribuição das empresas nacionais de móveis residenciais de madeira por porte.....	39
Gráfico 07 – Posição dos móveis de madeira em relação aos 10 mais exportados.....	40
Gráfico 08 – Proporção dos 4 produtos mais exportados em relação ao total do estado	42
Gráfico 09 – Os quatro produtos mais exportados em 2001 (em dólares FOB)	44
Gráfico 10 – Proporção dos 4 produtos mais exportados em Santa Catarina em 2001	44
Gráfico 11 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2001 (em milhões de dólares FOB)	45
Gráfico 12 – Os quatro produtos mais exportados em 2002 (em dólares FOB)	46
Gráfico 13 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2002 ...	46
Gráfico 14 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2002 (em dólares FOB)	47
Gráfico 15 – Os quatro produtos mais exportados em 2003 (em dólares FOB)	48
Gráfico 16 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2003 ...	48
Gráfico 17 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2003 (em dólares FOB)	49
Gráfico 18 – Os quatro produtos mais exportados em 2004 (em dólares FOB)	50
Gráfico 19 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2004 ..	50

Gráfico 20 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2004 (em dólares FOB)	51
Gráfico 21 – Os quatro produtos mais exportados em 2005 (em dólares FOB)	51
Gráfico 22 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2005 ..	52
Gráfico 23 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2005 (em dólares FOB)	53
Gráfico 24 – Desempenho da exportação do frango de 2001 a 2005.....	54
Gráfico 25 – Proporção de empresas nos dez primeiros estados do ranking nacional.....	57
Gráfico 26 – Comparação do crescimento do número de empresas nacional e estadual (1996 a 2003)	57

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Mobilidade de fatores de produção	16
Tabela 02 - Principais tipos de cláusulas em um tratado comercial.....	25
Tabela 03 - Colocação das unidades da Federação por número total de unidades de trabalho (2003)	29
Tabela 04 - Progressão do número de empresas em todas as atividades (Comparação: Brasil e Santa Catarina 1996 a 2003)	30
Tabela 05 - Distribuição de unidades de trabalho segundo seção da classificação de atividades em Santa Catarina (2003).....	31
Tabela 06 - Ranking dos salários pagos em Santa Catarina por classificação de atividade (Mil Reais - 2003)	32
Tabela 07 - Distribuição percentual dos salários pagos em Santa Catarina por classificação de atividade (% - 2003)	33

INTRODUÇÃO

Situado na Região Sul, entre o Rio Grande do Sul e o Paraná, sendo predominantemente industrial, com uma produção de grande valor agregado e com uma cultura de formação de grupos produtivos entre as micro e pequenas empresas, Santa Catarina está entre os estados mais exportadores do agronegócio brasileiro. No comércio internacional tem fortes ligações em todos os continentes, participando de diversos acordos e tratados internacionais. Além de sua grande rede de micro e pequenas empresas exportadoras, acolhe indústrias e grupos de empresas de grande porte e renome internacional, como Perdigão, Bunge, Sadia e Seara entre outras, que funcionam como centros organizadores, fomentadores e de assistência das cadeias produtivas de frango e suíno entre outros. Possui intensa atividade de produção de madeira e derivados, como móveis domésticos, celulose e papéis, além de ser um dos maiores produtores e exportadores de motocompressores herméticos para refrigeração.

Mesmo com esse perfil e potencial, há problemas consideráveis a serem resolvidos. Trata-se do estado com uma das menores taxas de crescimento do número de novas empresas, o que sugere pouco investimento e incentivo por parte do governo. A sua indústria exportadora como do frango, corre o risco de estrangulamento da produção, pois já estava operando com 86% da capacidade total em 2004. O estouro de exportação do frango ocorrido naquele ano, não foi baseado em qualidade ou preço, mas em problemas sanitários e doenças aviárias nos concorrentes tradicionais, situação que pode se reverter a qualquer momento.

Foi diante desse quadro e das oportunidades e riscos futuros que se optou por esse tema para a pesquisa que ora se apresenta. O trabalho está organizado em três grandes partes. Na primeira parte é apresentado um referencial teórico sucinto, sobre os princípios do comércio internacional, exportação e importação. Na segunda parte, são estudadas as cadeias produtivas dos principais produtos de maior significância econômica nas exportações catarinenses. Na terceira parte, é apresentado um estudo quantitativo e qualitativo com estatísticas do comportamento das exportações estaduais de 2001 a 2006, considerando as quatro primeiras posições no ranking.

Problemática

O Estado de Santa Catarina está entre os maiores exportadores do Brasil, representando uma porcentagem considerável do agronegócio brasileiro no cenário internacional, sendo um estado com forte participação industrial e com um sistema cultural de organização das micro e pequenas empresas em grupos produtivos. Diante deste quadro, o presente trabalho visa responder a seguinte questão:

Qual é o quadro de crescimento das exportações dos quatro principais produtos do Estado de Santa Catarina nos anos de 2001 a 2005 e quais as perspectivas de futuro?

Objetivo Geral

Conhecer o crescimento das exportações dos quatro principais produtos do Estado de Santa Catarina nos anos de 2001 a 2005 e identificar riscos e oportunidades para o futuro no que diz respeito aos produtos de maior destaque.

Objetivos específicos

- Elaborar um referencial teórico sucinto sobre comércio internacional e exportação;
- Levantar estatísticas sobre as exportações do Estado de Santa Catarina, identificando os produtos presentes nas quatro primeiras posições do ranking;
- Elaborar um estudo sucinto sobre a cadeia produtiva dos principais produtos;
- Identificar oportunidades, soluções, melhorias e riscos para o futuro.

Metodologia

A pesquisa seguiu o método seqüencial lógico exposto por SEVERINO (2002), orientando-se por uma determinação do tema-problema do trabalho, sob a qual, adotou-se um levantamento da bibliografia referente ao tema, a leitura e documentação sistemática dessa bibliografia, a construção lógica do discurso e finalmente a redação do texto.

Uma vez elaborado o roteiro de idéias, partiu-se para a procura do material em bibliotecas, jornais, revistas, periódicos, Internet e outras fontes de informações, para que fosse feita a análise dos documentos, selecionando sua importância e relevância a cada tópico abordado e conseqüente cronologia no contexto da exposição de idéias.

Pela recomendação do autor, trabalhou-se no sentido de construir uma totalidade da inteligibilidade, formando um conteúdo único com sentido intrínseco, moldado em partes que se concatenem logicamente.

Para efeitos de classificação, segundo SEVERINO (2002) trata-se de uma pesquisa teórica exploratória, baseada em revisão bibliográfica, ou seja, foi adotado o método bibliográfico de pesquisa, sendo qualitativa, onde com a leitura e análise da bibliografia encontrada chegou-se a uma conclusão das interpretações que realizadas a partir da pesquisa documental e bibliográfica, para responder à pergunta-chave do problema, tornando falsa ou verdadeira a premissa proposta.

1 O COMÉRCIO INTERNACIONAL

A definição de comércio internacional é dada por Tavares (2000) como sendo as relações comerciais entre as nações. Este comércio pauta-se por tratados, acordos e outros dispositivos institucionais, os quais, quando firmados e ratificados pelos governos nacionais, aplicam-se igualmente a todos os participantes, extrapolando e sobrevivendo sobre as leis internas dos países signatários.

Para Ratti (2000) o comércio internacional e o comércio interno possuem semelhanças e diferenças, cujo entendimento pode se dar mais facilmente quando se examinam os motivos que originam os tipos. O primeiro motivo seria a impossibilidade de uma nação, ou mercado interno, de produzir tudo o que necessita ou deseja, devido à distribuição heterogênea mundial de recursos naturais, diferenças climáticas, domínio de tecnologia, cultura organizacional e salarial, força de trabalho disponível, capacitação profissional e outros.

De acordo com Keedi (2004) os recursos naturais de um país podem ser uma das maiores fontes da realização do comércio internacional, tanto pelo lado exportador quanto pelo importador. Se determinado país tem recursos abundantes poderá exportá-los para países com poucos ou nenhum destes recursos, bem como poderá importar bens que são escassos em seu território e abundantes em outros países.

Algumas regiões ou países são possuidores de recursos naturais que não são encontrados em outros; o carvão é abundante na América do Norte e em alguns países da Europa, enquanto é escasso em outras regiões; o petróleo ocorre em determinados países apenas; o Estado de Minas Gerais possui abundância de reservas de minério de ferro, enquanto outras regiões do Brasil não possuem ou, então o possuem em menores quantidades. (RATTI, 2000, p. 340).

Conforme Silva (1993) os países efetuam trocas para adquirir bens e serviços que não produzem ou não tem condições de produzir. Assim os bens que são produzidos com menores custos são destinados para a exportação, juntamente com os produtos excedentes

internos, gerando assim divisas para importar outros produtos, com isso há um fluxo de importação e exportação entre os países.

Já Labatut (1994) evidencia que o comércio internacional poderia ser resumido na colocação de um produto proveniente de um país no mercado de outro. Porém, para que aquele produto alcance esse mercado, um determinado número de obstáculos deve ser naturalmente vencido, objetivando um mesmo fim, que é o de adquirir à mercadoria o seu caráter de aceitabilidade.

A ausência ou escassez total de determinados recursos tornam a industrialização de certos produtos impossível ou inviável, enquanto mesmo havendo esses recursos pode ser mais vantajoso comprar certos produtos de outras regiões se o custo de produção lá for menor devido a tecnologias avançadas, ou mão de obra mais especializada ou com menores exigências salariais. A diferença de valor relativo das moedas no campo internacional também pode influir na decisão de produzir algo nacionalmente ou comprar de outros países. Com o exposto, percebe-se que geralmente tanto os povos de países ou de regiões dentro de um mesmo país preferem se especializar em produzir aquilo que conseguem fazer com maior eficiência e/ou menor custo, considerando também a demanda local, regional ou internacional, ou seja, o quanto poderão vender aqueles produtos para consumidores locais, distantes ou de outros países. (RATTI, 2000)

A partir dessa perspectiva de semelhanças entre o comércio interno e o comércio internacional Ratti (2000) expõe as diferenças, cujo entendimento oferece uma visão geral no sentido de fornecer um conceito e definição de comércio internacional, seu cenário e suas características peculiares. Para esse fim, são apresentadas as variações no grau de mobilidade dos fatores de produção, natureza do mercado, barreiras aduaneiras e outras restrições, longas distâncias, variações monetárias, variações legais e barreiras tarifárias.

1.1 Grau de mobilidade dos fatores de produção

Labatut (1994) evidencia que a maior ou menor vantagem comparativa obtida na utilização dos fatores de produção (trabalho, capital, recursos naturais), conjugados entre si pela tecnologia, determinará o custo da produção, o qual, somado ao fator movimentação da mercadoria, ditará, em princípio, o grau de competitividade do produto.

Os fatores de produção, como força de trabalho, capital financeiro, tecnologia, matérias primas, máquinas e equipamentos entre outros, geralmente não se encontram reunidos em um mesmo ponto à espera que alguém ali comece uma empreitada. É comum que se encontrem alguns fatores, e os outros devam vir de outros lugares, ou ainda que se pretenda iniciar um negócio onde não há nenhum desses fatores, mas que haja uma boa concentração de consumidores. Com isso, existe certa mobilidade dos fatores de produção, que deve ser considerada na tomada de decisão do empreendedor de novos negócios ou daquele que pretende ampliar um negócio existente. De acordo com Ratti (2000), como mostra a tabela 01, essa mobilidade é consideravelmente diferente em termos de mercado interno e internacional.

Tabela 01: Mobilidade de fatores de produção

Fator	Mobilidade interna	Mobilidade internacional
Força de trabalho	<ul style="list-style-type: none"> • Os trabalhadores migram naturalmente entre cidades e estados dentro de um mesmo país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pode haver restrições legais estatais ou de organizações de classes para a entrada de estrangeiros no país; • A língua pode ser diferente; • A especialização e certificação profissional podem ser incompatíveis entre os países; • A distância, o tempo e o custo da viagem são maiores. • A comunicação com familiares é mais difícil e mais cara.
Capital de investimento	<ul style="list-style-type: none"> • Investidores têm maior facilidade de se informar sobre o investimento e tomar a decisão; • Os problemas jurídicos decorrentes são resolvidos em nível regional ou nacional. • Não há restrições estatais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Os investidores têm maior dificuldade em conhecer o investimento e as características do local; • Os problemas jurídicos podem ser resolvidos por leis e cortes estrangeiras; • Pode haver restrições estatais; • Há o risco de boicotes, embargos, guerras e outros fenômenos internacionais.
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • A compra e transmissão são facilitadas pela língua, por equipes locais; • Os custos de tecnologia nacional geralmente são menores; 	<ul style="list-style-type: none"> • A compra e a transmissão são mais complexas, há diferenças de idioma e cultura geral; • O custo de tecnologia importada é geralmente maior, implicando em Royalties ou franchising.
Matérias primas e equipamentos	<ul style="list-style-type: none"> • São transportadas pelos métodos usuais dos fornecedores; • Os custos de transporte são menores; • As exigências técnicas são conhecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pode haver necessidade de modalidades de transporte nas quais não haja experiência; • Os custos são maiores; • Há incidência de impostos e encargos aduaneiros; • Há exigências relativas à embalagem, segurança, saneamento e qualidade.

Fonte: Adaptado de (RATTI, 2000, p. 341-342).

1.2 Natureza do mercado

Em mercados internos predominam fatores de coesão e em mercados internacionais fatores de dispersão. Essa afirmação vem da observação, sobretudo de fatores como idioma, gosto, preferência, costume, valores, sistemas de peso e medida entre outros. Em um mercado internacional o nível de diferenças e até incompatibilidade desses fatores pode ser problemático ao ponto de um produto de grande sucesso de vendas em um país ser um total fracasso em outro.

Há exemplos de como estes fatores influenciam como o fato de que a figura do porco não deve ser usada em produtos para muçulmanos, a do cão deve ser evitada em países árabes e a do boi na Índia. Números como o 13 são abominados nos Estados Unidos, ao ponto de alguns edifícios pularem a numeração dos andares de 12 para 14. No Japão o número 4 lembra a morte e o número 7 é variável em certos países. A cor branca significa luto na China, e é considerada sagrada entre muçulmanos. O vermelho e o preto são símbolos de feitiçaria ou morte em alguns países africanos e assim por diante. Comerciais considerados inteligentes e chamativos em um país podem ser considerados idiotas ou ignorados em outros, indecentes e impróprios em outros ou ainda inocentes em outros. Com toda essa riqueza cultural, conceber um nome de produto, uma embalagem e uma campanha publicitária para o mercado internacional pode ser algo complexo e problemático.

1.3 Barreiras aduaneiras e outras restrições

As barreiras aduaneiras já existiram dentro de um mesmo país, entre as cidades e regiões durante a Idade Média como conta Ratti (2000), mas com o tempo, se tornaram uma exclusividade entre países, portanto, tendo reflexo apenas no comércio internacional. As barreiras aduaneiras de natureza tarifária podem onerar em muito o preço final de um produto a ponto de tornar inviável sua exportação para determinado país. Por outro lado, há outros tipos de barreiras aduaneiras, as não tarifárias, por exemplo:

- Proibição de importação em caráter geral ou seletivo, ou de acordo com a origem;
- Cotas de importação (quantidade, valor ou ambos);
- Limitações ou suspensões voluntárias;
- Depósitos compulsórios;
- Controles de preços;
- Controles cambiais;
- Exigência em matéria de embalagem e marca de origem;
- Regulamentação sanitária;
- Normas de qualidade (produto, serviço e meio ambiente);
- Especificações técnicas;
- Regras de segurança industrial

Conforme Caves (2001) a principal utilidade das políticas comerciais é tentar melhorar os termos de troca domésticos por meio do controle dos volumes demandados ou ofertados. Esta linha de raciocínio, o chamado argumento da tarifa ótima, é um tanto frágil, devido ao perigo de que outros países venham a retaliar com seus próprios instrumentos de proteção.

Kindleberger (1974) evidencia que as cotas são iguais às tarifas nos seus efeitos protecionistas e redistributivos. Entretanto, perde-se o efeito de receita fiscal, a menos que o estado venda as licenças em leilão e seja indeterminado o efeito das relações de troca. Todavia, a cota deve ser ministrada, com o que surgem numerosos problemas.

1.4 Longas distâncias

Embora haja algumas exceções, as distâncias internacionais são em via de regra muito maiores, isso influi não apenas nos custos de transporte como em muitos casos em um maior prazo de viagem o que tem influência em certos produtos, requerendo gastos adicionais com refrigeração, preparo, embalagem, métodos de conservação química etc.

1.5 Variações de ordem monetária

De forma muito diferente do comércio interno, as transações comerciais internacionais estão sujeitas à instabilidade cambial, onde subitamente por motivos de ordem psicológica ou especulativa, a relação de valor entre duas moedas pode variar, a ponto de causar elevados prejuízos para operações em andamento ou em planejamento de produção. Há que salientar a imprevisibilidade de muitos fenômenos do campo econômico especialmente em nível internacional. Uma simples notícia ou rumor causa alta ou baixa em diversas moedas sem nenhum aviso prévio.

Keedi (2004) resume que o câmbio significa a troca entre duas moedas. Pode ser a moeda estrangeira pela do país ou vice-versa, neste caso trocando-se a moeda nacional pela moeda estrangeira, ou mesmo a troca entre duas moedas estrangeiras.

A importância do câmbio no comércio internacional é decisiva para o resultado no balanço de pagamentos. Krugman (1997) ressalta que tudo o mais igual, uma depreciação da moeda de um país em relação às moedas estrangeiras (uma elevação dos preços, em moeda doméstica, das moedas estrangeiras) torna suas exportações mais baratas e suas importações mais caras. Uma apreciação de sua moeda (uma queda nos preços em moeda doméstica, das moedas estrangeiras) torna suas exportações mais caras e suas importações mais baratas. Assim um estado pode controlar todo o fluxo de importação e exportação com políticas cambiais e perseguir suas metas na balança comercial.

1.6 Variações legais

Embora o direito tenha uma tendência de se internacionalizar, o comércio internacional ainda enfrenta muitas variações legais que inexistem dentro de um mesmo país. Com isso o exportador e o importador precisam estar constantemente atentos a um complexo sistema de leis e dispositivos inseridos pelos conjuntos de seus países, pelas normas internacionais e pelos choques entre estes. Dependendo do ramo de atividade, esse pode ser um dos fatores mais determinantes da diferença entre comércio interno e internacional.

1.7 Barreiras Tarifárias

Em sua análise Krugman (1997) define a tarifa como a mais simples das políticas de comércio, sendo um imposto cobrado quando um bem é importado. As tarifas específicas são fixas e cobradas por unidade do bem importado, já as tarifas ad valorem são impostos cobrados como uma fração do valor dos bens importados. Em ambos os casos, o efeito da tarifa é elevar o custo dos bens embarcados para um país.

O único argumento válido, do ponto de vista de Kindleberger (1974) em defesa de uma tarifa é o da indústria incipiente. Para uma nação, pode-se citar uma variedade de casos válidos: uma tarifa pode ser necessária à defesa ou decorrer de outra razão de ordem não econômica; para elevar a receita, melhorar as relações de troca, expandir a renda, melhorar o balanço de pagamentos. Os três últimos constituem medidas do tipo “empobreça seu vizinho”, considerando que a vantagem obtida por um país redunde em problemas ou perdas para os países estrangeiros. O sucesso deles depende da ausência de represálias.

2 EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO

De acordo com Ratti (2000) importação é a entrada de mercadorias provenientes do exterior, em um país, exportação é sua saída. Essas atividades, no entanto, implicam em serviços, direitos, obrigações e normas que geralmente não são necessárias na movimentação interna de produtos e serviços, como certos tipos de fretes, seguros, serviços bancários, contratos, e Incoterms entre outros. Podem ocorrer com cobertura cambial ou sem cobertura cambial. No primeiro caso, é feito um pagamento pelo importador, no segundo esse pagamento não existe, como por exemplo, nos casos onde se trata de amostras, donativos, bagagens de passageiros, devolução de mercadorias, consignação e mercadoria temporária para ser vendidas em feiras e eventos entre outros. Também são consideradas importações sem cobertura cambial, equipamentos e bens que entrem para inclusão no capital nacional.

2.1 Incoterms

A expressão inglesa International Commercial Terms, conhecida como Incoterms, ou Termos Internacionais de Comércio, se refere a um conjunto de normas e interpretações contratuais que têm o objetivo de padronizar e administrar conflitos de contratos internacionais entre exportadores e importadores, no que diz respeito à transferência de mercadorias, despesas, responsabilidades sobre perdas e danos. Os incoterms foram criados pela Câmara de Comércio Internacional (CCI) em 1936 com enfoque nos transportes marítimos e terrestres, sendo expandidos para os aéreos em 1976. Em 1980 os incoterms foram incrementados pelo surgimento do transporte multimodal ou intermodal e a utilização da unitização de carga. Em 1990, com mais avanços nos processos de importação e exportação, desta vez na área de tecnologia da informação, os incoterms foram novamente revistos, passando a conter treze termos, e a partir de 2000, está em vigor o Incoterms 2000, que leva em consideração o recente crescimento das zonas de livre comércio, o aumento de

comunicações eletrônicas em transações comerciais e mudanças nas práticas relativas ao transporte de mercadorias. (BANCO DO BRASIL, 2005).

2.2 A Classificação dos incoterms

Os treze incoterms em vigor são identificados por siglas: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DAF, DES, DEQ, DDU e DDP. As normas contidas em cada um foram elaboradas de forma imparcial para regulamentar a negociação comercial entre países. De forma ordenada a obedecer uma classificação crescente quanto às obrigações do vendedor e decrescente para o comprador, os treze incoterms podem ser assim descritos:

- *EXW - Ex Works* - a mercadoria é entregue no estabelecimento do vendedor, em local designado. O comprador recebe a mercadoria no local de produção (fábrica, plantação, mina, armazém), na data combinada; todas as despesas e riscos cabem ao comprador, desde a retirada no local designado até o destino final; são mínimas as obrigações e responsabilidade do vendedor.
- *FCA - Free Carrier - Franco Transportador ou Livre Transportador*. A obrigação do vendedor termina ao entregar a mercadoria, desembaraçada para a exportação, à custódia do transportador nomeado pelo comprador, no local designado; o desembaraço aduaneiro é encargo do vendedor.
- *FAS - Free Alongside Ship - Livre no Costado do Navio*. A obrigação do vendedor é colocar a mercadoria ao lado do costado do navio no cais do porto de embarque designado ou em embarcações de transbordo. Com o advento do Incoterms 2000 o desembaraço da mercadoria passa a ser de responsabilidade do vendedor, ao contrário da versão anterior quando era de responsabilidade do comprador.
- *FOB - Free on Board - Livre a Bordo do Navio*. O vendedor, sob sua conta e risco, deve colocar a mercadoria a bordo do navio indicado pelo comprador, no porto de embarque designado. Compete ao vendedor atender as formalidades de exportação; esta fórmula é a mais usada nas exportações brasileiras por via marítima ou aquaviário

doméstico. A utilização da cláusula FCA será empregada, no caso de utilizar o transporte rodoviário, ferroviário ou aéreo.

- *CFR - Cost and Freight - Custo e Frete.* As despesas decorrentes da colocação da mercadoria a bordo do navio, o frete até o porto de destino designado e as formalidades de exportação correm por conta do vendedor; os riscos e danos da mercadoria, a partir do momento em que é colocada a bordo do navio, no porto de embarque, são de responsabilidade do comprador, que deverá contratar e pagar o seguro e os gastos com o desembarque. Este termo pode ser utilizado somente para transporte marítimo ou transporte fluvial doméstico. Será utilizado o termo CPT quando o meio de transporte for rodoviário, ferroviário ou aéreo.
- *CIF - Cost, Insurance and Freight - Custo, Seguro e Frete.* Cláusula universalmente utilizada em que todas as despesas, inclusive seguro marítimo e frete, até a chegada da mercadoria no porto de destino designado correm por conta do vendedor; todos os riscos, desde o momento que transpõe a amurada do navio, no porto de embarque, são de responsabilidade do comprador; o comprador recebe a mercadoria no porto de destino e arca com todas as despesas, tais como, desembarque, impostos, taxas, direitos aduaneiros. Esta modalidade somente pode ser utilizada para transporte marítimo. Deverá ser utilizado o termo CIP para os casos de transporte rodoviário, ferroviário ou aéreo.
- *CPT - Carriage Paid To - Transporte Pago Até.* O vendedor paga o frete até o local do destino indicado; o comprador assume o ônus dos riscos por perdas e danos, a partir do momento em que a transportadora assume a custódia das mercadorias. Este termo pode ser utilizado independentemente da forma de transporte, inclusive multimodal.
- *CIP - Carriage and Insurance Paid to - Transporte e Seguro Pagos até.* O frete é pago pelo vendedor até o destino convencionado; as responsabilidades são as mesmas indicadas na CPT, acrescidas do pagamento de seguro até o destino; os riscos e danos passam para a responsabilidade do comprador no momento em que o transportador assume a custódia das mercadorias. Este termo pode ser utilizado independentemente da forma de transporte, inclusive multimodal.

- *DAF - Delivered At Frontier - Entregue na Fronteira.* A entrega da mercadoria é feita em um ponto antes da fronteira alfandegária com o país limítrofe desembaraçada para exportação, porém não desembaraçada para importação; a partir desse ponto a responsabilidade por despesas, perdas e danos é do comprador.
- *DES - Delivered Ex-Ship - Entregue no Navio.* O vendedor coloca a mercadoria, não desembaraçada, a bordo do navio, no porto de destino designado, à disposição do comprador; até chegar ao destino, a responsabilidade por perdas e danos é do vendedor. Este termo somente pode ser utilizado quando tratar-se de transporte marítimo.
- *DEQ - Delivered Ex-Quay - Entregue no Caís.* O vendedor entrega a mercadoria não desembaraçada ao comprador, no porto de destino designado; a responsabilidade pelas despesas de entrega das mercadorias ao porto de destino e desembarque no caís é do vendedor. Este Incoterm prevê que é de responsabilidade do comprador o desembarço das mercadorias para importação e o pagamento de todas as formalidades, impostos, taxas e outras despesas relativas à importação, ao contrário dos Incoterms 1990.
- *DDU - Delivered Duty Unpaid - Entregues Direitos Não-pagos.* Consiste na entrega de mercadorias dentro do país do comprador, descarregadas; os riscos e despesas até a entrega da mercadoria correm por conta do vendedor exceto as decorrentes do pagamento de direitos, impostos e outros encargos decorrentes da importação.
- *DDP - Delivered Duty Paid - Entregue Direitos Pagos.* O vendedor cumpre os termos de negociação ao tornar a mercadoria disponível no país do importador no local combinado desembaraçada para importação, porém sem o compromisso de efetuar desembarque; o vendedor assume os riscos e custos referentes a impostos e outros encargos até a entrega da mercadoria; este termo representa o máximo de obrigação do vendedor em contraposição ao EXW.
(BANCO DO BRASIL, 2005).

3 TRATADOS E ACORDOS COMERCIAIS

Tratados comerciais são convenções celebradas entre nações para nortear suas relações comerciais. Eles têm duração e abrangência determinadas e podem ser classificados em unilaterais, bilaterais e multilaterais. O termo unilateral é pouco usado, ou não usado oficialmente e se refere a um tratado onde apenas uma das partes dita todas as regras. O modo bilateral se refere a um tratado entre dois países, e o multilateral envolve mais de duas nações. Uma nação pode estar envolvida em diversos tratados com diversas outras nações ao mesmo tempo. Entre os principais objetivos dos tratados comerciais podem ser citados: a instalação de serviço consular; serviços de representação comercial; direitos e obrigações de empresas estrangeiras; proteção de marcas e patentes; arbitramento de pendências legais; direitos e obrigações de navios das nações; fretes; direitos aduaneiros e despesas correlatas e tributação interna de produtos importados. (RATTI, 2000, p.371)

De forma similar a um contrato, um tratado comercial internacional tem cláusulas, as quais podem ser classificadas e organizadas de acordo com seus propósitos, efeitos, abrangência e durabilidade. Dentre as cláusulas mais importantes em acordos comerciais, Ratti (2000) destaca quatro como mostra a tabela 02:

Tabela 02: Principais tipos de cláusulas em um tratado comercial

Tipo de cláusula	Propriedades
Cláusulas de paridade	Estabelece que o produto de uma das partes goze de condições iguais de tributação, taxas e outros gravames quando no território das outras partes.
Cláusulas de reciprocidade de tratamento	Estabelece que as vantagens, reduções ou ampliações dos direitos aduaneiros somente serão concedidas de forma recíproca.
Cláusulas de salvaguarda	Fazem previsão e dão direito aos países signatários do tratado de aplicar restrições à importação de produtos negociados sempre que possam causar prejuízo a determinados setores produtivos. Normalmente vigoram por um ano.
Cláusulas de nação mais favorecida	<ul style="list-style-type: none"> • Incondicional Sempre que um país signatário oferecer algum favor, privilégio ou baixa de direitos a um terceiro país, fica comprometido a estender os mesmo benefícios aos demais. Os países recebem os benefícios automaticamente e sem obrigação de reciprocidade.
	<ul style="list-style-type: none"> • Condicional Sempre que um país signatário oferecer algum favor, privilégio ou baixa de direitos a um terceiro país, fica comprometido a estender os mesmo benefícios aos demais. Os países recebem os benefícios contanto que os ofereçam de forma recíproca.

Fonte: (RATTI, 2000, p. 372)

Acordos comerciais diferem de tratados comerciais de várias formas. Primeiro porque os tratados são de grande abrangência e duração, enquanto os acordos são bem mais simples restritos a determinados produtos e fatores e seu prazo de vigência é bem menor, além de poder ser rescindido a qualquer momento por uma das partes. Enquanto um tratado pode durar 10, 15 ou mais anos, um acordo geralmente dura um ano ou alguns meses. Enquanto os tratados estipulam regras generalistas e amplas para as relações comerciais, os acordos se dedicam mais a produtos e condições específicas como quantidades e valores, conforme estes entram ou saem da atenção contingente das negociações. (RATTI, 2000, p. 373)

4 SANTA CATARINA

Com mais de seis milhões de habitantes o estado de Santa Catarina situa-se na Região Sul do Brasil, no centro geográfico das regiões de mais alto desempenho¹ industrial, comercial, exportador e importador. Faz fronteira com a Argentina na região Oeste. Florianópolis, a Capital, está a 1.850 km de Buenos Aires, 705 km de São Paulo, 1.144 do Rio de Janeiro e 1.673 de Brasília. Sua posição no mapa situa-se entre os paralelos 25°57'41" e 29°23'55" de latitude Sul e entre os meridianos 48°19'37" e 53°50'00" de longitude Oeste. Florianópolis, capital e centro administrativo do Estado, é uma cidade privilegiada: situa-se em uma ilha oceânica com 523 quilômetros quadrados e é o terceiro município brasileiro mais visitado por turistas estrangeiros, atrás apenas de Rio de Janeiro e São Paulo. A área do município também inclui uma porção continental, ligada à parte insular por três pontes. Seus 280 mil habitantes convivem com o ritmo ágil de um centro urbano cosmopolita e com a tranquilidade dos vilarejos construídos pelos colonizadores açorianos. (BRASIL, 2006)

A região Nordeste do estado tem forte tradição germânica, com uma economia dinâmica. Indústrias do ramo eletro-metal-mecânico dividem espaço com as densas florestas da Serra do Mar e as águas da Baía de Babitonga. A região tem alto poder aquisitivo e excelente qualidade de vida. Suas principais cidades são Joinville² e Jaraguá do Sul. No Planalto Norte, região rica em florestas nativas e provenientes de reflorestamento, concentra-se o pólo florestal catarinense - o mais expressivo da América Latina, abrangendo indústrias madeireiras, moveleiras, de papel e papelão. Os principais municípios são Rio Negrinho, São Bento do Sul, Canoinhas, Corupá, Mafra, Três Barras e Porto União. O Planalto Serrano conta como atividades econômicas a pecuária e a indústria florestal. Os principais municípios são Lages, São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra. A região Sul concentra descendentes de imigrantes italianos e vinícolas. Extrativismo mineral e indústria cerâmica são as principais atividades econômicas. O Sul do Estado tem estações hidrotermais e cânions ricos em biodiversidade. Suas principais cidades são Criciúma, Tubarão, Gravatal, Araranguá e

¹ Região Sul e Sudeste

² A maior de Santa Catarina, com 500 mil habitantes.

Urussanga. Na Região Meio-Oeste situam-se comunidades de pequeno e médio porte, colonizadas por imigrantes italianos, alemães, austríacos e japoneses. Sua atividade econômica está baseada na agroindústria, criação de bovinos e produção de maçã. Também há indústrias expressivas do pólo metal-mecânico. As principais cidades são Joaçaba, Videira, Caçador, Treze Tílias, Curitibanos, Fraiburgo e Campos Novos. Na região Oeste os campos são considerados o "celeiro" de Santa Catarina, de onde sai boa parte da produção brasileira de grãos, aves e suínos. Frigoríficos de grande e médio porte estão associados aos produtores rurais em um modelo bem-sucedido de integração: as empresas fornecem insumos e tecnologia e compram a produção de animais. Os principais municípios são Chapecó, Xanxerê, Concórdia e São Miguel do Oeste. (BRASIL, 2006)

4.1 Indústria, comércio e economia

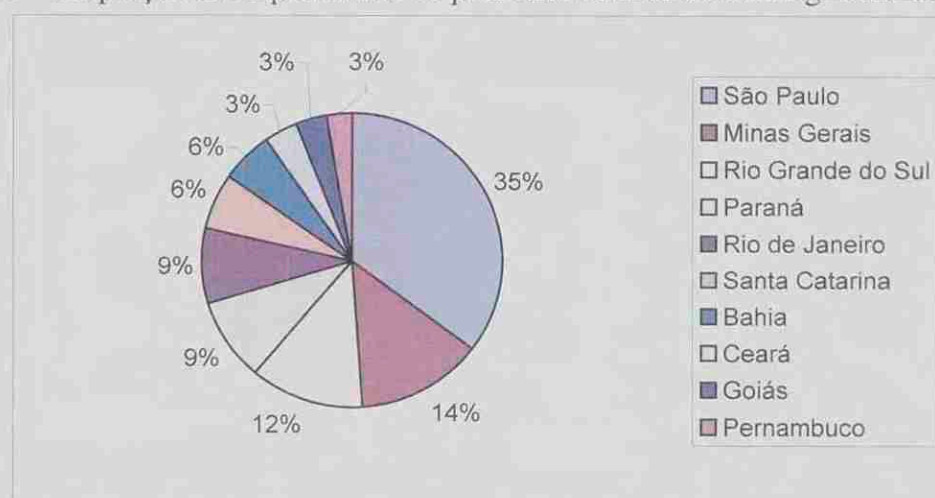
Em termos de quantidade total de empresas, segundo a amostra do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) do ano de 2003, o Estado de Santa Catarina se encontra no 6º lugar no ranking nacional, perdendo apenas para o Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e São Paulo entre as 27 unidades da federação, como se pode observar na tabela 03.

Tabela 03: Colocação das unidades da Federação por número total de unidades de trabalho (2003)

#	Unidade da Federação	
1	São Paulo	1.669.447
2	Minas Gerais	650.591
3	Rio Grande do Sul	581.173
4	Paraná	429.845
5	Rio de Janeiro	404.032
6	Santa Catarina	291.819
7	Bahia	262.462
8	Ceará	162.632
9	Goiás	158.149
10	Pernambuco	137.012
11	Espírito Santo	106.380
12	Mato Grosso	86.303
13	Distrito Federal	82.624
14	Pará	67.578
15	Mato Grosso do Sul	65.173
16	Maranhão	62.067
17	Paraíba	60.253
18	Rio Grande do Norte	56.145
19	Piauí	47.012
20	Alagoas	40.419
21	Amazonas	36.281
22	Rondônia	33.667
23	Sergipe	27.237
24	Tocantins	26.503
25	Acre	10.593
26	Roraima	8.796
27	Amapá	7.870

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Considerando os 10 primeiros estados no ranking nacional segundo número de empresas de todas as classificações de ramo de atividade, Santa Catarina aparece com 6% do total de empresas. Esse número é significativo considerando que acima dessa proporção só há mais quatro patamares significativos: 9%, 12%, 14% e 35% como se pode observar no gráfico 01.

Gráfico 01 – Proporção de empresas nos 10 primeiros estados do ranking nacional

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

O Crescimento do número de empresas segundo classificação de todos os ramos de atividades no Estado de Santa Catarina se mostra estável no período de sete anos entre 1996 e 2003, segundo a tabela 04. A progressão de Santa Catarina se mantém dentro de uma média de 15.117 novas empresas por ano, com o maior pico (28.310 novas empresas) entre os anos de 2000 e 2001, e maior depressão (8.779 novas empresas) entre os anos de 1997 e 1998.

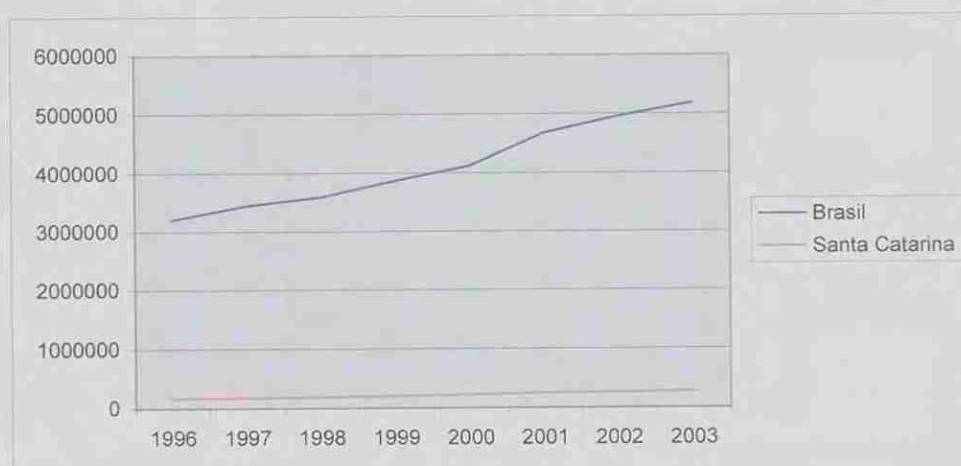
Tabela 04: Progressão do número de empresas em todas as atividades (Comparação: Brasil e Santa Catarina 1996 a 2003)

Brasil e Unidade da Federação	Ano							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Brasil	3.206.721	3.445.039	3.589.399	3.872.067	4.124.355	4.679.825	4.964.885	5.185.573
Santa Catarina	163.606	179.275	188.054	206.204	216.693	245.003	257.383	269.428

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

No entanto, a partir de 1999 como demonstra o gráfico 02, nota-se uma aceleração no crescimento do número total de empresas segundo classificação de todos os ramos de atividade em nível nacional, sugerindo maiores investimentos em outros estados em relação à Santa Catarina que não acompanha essa aceleração, mantendo uma curva estável de crescimento sem nenhuma alteração significativa. As curvas indicam um crescimento muito mais vertical no país do que o crescimento local do estado.

Gráfico 02 – Comparação do crescimento do número de empresas nacional e estadual (1996 a 2003)



Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Santa Catarina é um estado onde predominam normalmente as atividades de comércio sobre as outras. Mas como se pode observar na tabela 05, segundo o ranking das atividades das empresas, não se trata de um estado onde o comércio é mais baseado em matérias provenientes diretamente das atividades de extração, pois estas estão em 13º lugar, e uma vez que as indústrias de transformação estão logo na segunda posição, indicando um estado altamente industrializado.

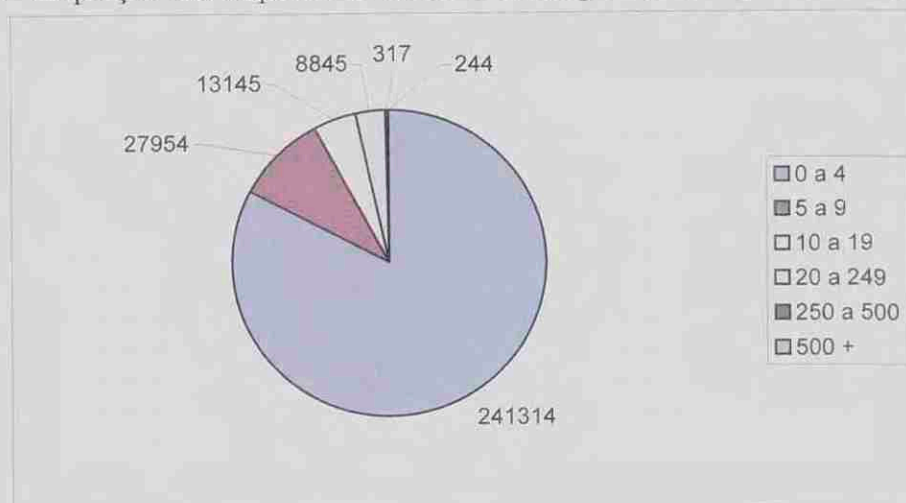
Tabela 05: Distribuição de unidades de trabalho segundo seção da classificação de atividades em Santa Catarina (2003)

#	Classificação de atividades (CNAE)	
1	G Comércio; reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos	123.352
2	D Indústrias de transformação	41.711
3	K Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	34.678
4	O Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	29.539
5	H Alojamento e alimentação	22.672
6	I Transporte, armazenagem e comunicações	15.283
7	F Construção	6.979
8	N Saúde e serviços sociais	5.198
9	M Educação	4.380
10	J Intermediação financeira, seguros, previdência complementar e serviços relacionados	3.224
11	A Agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	2.614
12	L Administração pública, defesa e seguridade social	866
13	C Indústrias extrativas	717
14	E Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	379
15	B Pesca	227

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

As empresas e unidades de trabalho do Estado de Santa Catarina são predominantemente familiares, tendo entre 1 a 4 trabalhadores, com apenas 244 empresas com 500 ou mais trabalhadores, no ano de 2003, como se pode observar no gráfico 03.

Gráfico 03 - Proporção das empresas de Santa Catarina por faixa de pessoal ocupado (2003)



Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Um outro indicador da intensa atividade industrial das indústrias da transformação no Estado de Santa Catarina é a posição em primeiro lugar no ranking de salários por classificação de atividades, como indica a tabela 06. Seguido de perto pelo montante de salários da administração pública, defesa e seguridade social, e pelo comércio em terceiro lugar. O Extrativismo figura em 14º lugar.

Tabela 06: Ranking dos salários pagos em Santa Catarina por classificação de atividade (Mil Reais - 2003)

#	Classificação de atividades (CNAE)	
1	D Indústrias de transformação	4.345.226
2	L Administração pública, defesa e seguridade social	3.412.050
3	G Comércio; reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos	1.534.464
4	K Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	816.955
5	M Educação	604.644
6	I Transporte, armazenagem e comunicações	566.616
7	J Intermediação financeira, seguros, previdência complementar e serviços relacionados	511.958
8	O Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	398.141
9	E Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	341.416
10	F Construção	321.417
11	N Saúde e serviços sociais	236.783
12	H Alojamento e alimentação	197.684
13	A Agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	156.237
14	C Indústrias extrativas	70.632
15	B Pesca	8.224

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Na tabela 07, pode-se ter uma noção em termos percentuais da proporção dos salários por classificação de atividades, nota-se que as indústrias de transformação ficam com mais de um terço (32,13% do total) dos salários pagos no estado em 2003.

Tabela 07: Distribuição percentual dos salários pagos em Santa Catarina por classificação de atividade (% - 2003)

#	Classificação de atividades (CNAE)	
1	D Indústrias de transformação	32,13
2	L Administração pública, defesa e seguridade social	25,23
3	G Comércio; reparação de veículos automotores, objetos pessoais e domésticos	11,35
4	K Atividades imobiliárias, aluguéis e serviços prestados às empresas	6,04
5	M Educação	4,47
6	I Transporte, armazenagem e comunicações	4,19
7	J Intermediação financeira, seguros, previdência complementar e serviços relacionados	3,79
8	O Outros serviços coletivos, sociais e pessoais	2,94
9	E Produção e distribuição de eletricidade, gás e água	2,52
10	F Construção	2,38
11	N Saúde e serviços sociais	1,75
12	H Alojamento e alimentação	1,46
13	A Agricultura, pecuária, silvicultura e exploração florestal	1,16
14	C Indústrias extrativas	0,52
15	B Pesca	0,06

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

4.2 A Exportação em Santa Catarina

As exportações do Estado de Santa Catarina situam-se em um patamar de destaque no cenário nacional, exportando alguns produtos mais que outros estados cuja produção é igual ou superior. Uma de suas peculiaridades é que as quatro primeiras posições no ranking de produtos são ocupadas nos últimos anos por apenas cinco produtos. Um deles, o frango, é constante em primeiro lugar, ocupando de longe uma posição privilegiada em relação aos demais de forma quase independente de fenômenos políticos e econômicos e, os outros quatro produtos, carnes de suíno, móveis de madeira, motocompressores e roupas de toucador se alternam de posição, sendo mais sensíveis aos fenômenos econômicos, políticos e sazonais. Destes cinco produtos, têm maior destaque e importância na economia três: frango, suíno, e móveis de madeira, por sua constância nos 4 primeiros lugares no período estudado. Estes serão brevemente revistos quanto a suas cadeias produtivas nos tópicos seguintes.

4.2.1 O Frango

De acordo com Triches et al. (2005), sob um ponto de vista teórico a produção brasileira de frango compreende os seguintes segmentos: seleção genética; criação de matrizes avós; criação de matrizes pais; engorda e abate; distribuição; rações; medicamentos e; de coordenação central. Nessa cadeia de produção, o segmento de seleção genética é um dos que requer maior inovação tecnológica e investimentos em pesquisa, e maior parte desse trabalho é feito fora do Brasil. O segmento dos avoseiros e matrizeiros já é incorporado ao parque criatório geralmente constituído de granjas de empresas multinacionais, onde através do cruzamento são obtidas as matrizes. O segmento das matrizes por sua vez, produz as aves de corte, que são destinadas ao segmento incubatório, depois engorda. Geralmente o segmento da engorda é quase todo terceirizado pelas próprias empresas do segmento frigorífico ou abatedor, que fomentam ou contratam produtores de forma contratual e integrada, mantendo, portanto, um amplo controle sobre as técnicas, processos, instalações, medicamentos e insumos utilizados durante a engorda, período médio de 45 dias.

Destaca-se a importância das empresas de abate, pois se comportam como elo principal na cadeia produtiva do frango. Compram ou produzem as matrizes, medicamentos, insumos, e tecnologia geral, depois distribuem para os produtores, juntamente com assistência técnica, e após o abate promovem a distribuição interna ou exportação, sendo, portanto um segmento central em todo processo, ligando pessoas, empresas e países, são a representação da agroindústria. Para Triches et al. (2005), essa verticalização da produção do frango, é fruto da tendência de mercado, da homogeneidade da matéria-prima, da capacidade de suprimento do produto, da redução de custos, investimentos e despesas operacionais e pela eficiência do sistema na exportação para o mercado internacional. Nota-se ainda no processo, que a carne de frango tem tido considerável aumento de consumo global, devido a pelo menos quatro fatores:

I - A substituição paulatina das carnes vermelhas, em boa parte dos países desenvolvidos, em decorrência principalmente da crescente preocupação com saúde e de ordem ambiental;

II - Melhor capacidade de coordenação da cadeia agroindustrial do frango, aliado ao baixo preço relativo às outras carnes, além de constante desenvolvimento de novos produtos e marcas;

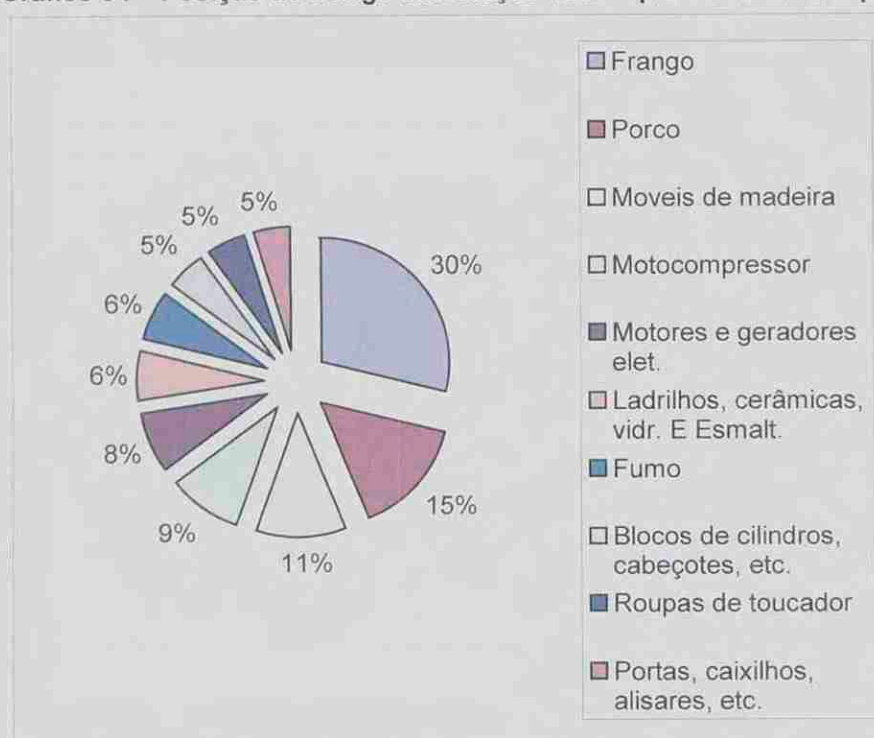
III - Grande aceitação da carne de frango pela maioria das culturas e religiões;

IV - Crescentes ganhos de produtividade na indústria da carne de frango em detrimento das melhorias tecnológicas e aproveitamento de economias de escala.

O Brasil que produzia cerca de 2,8 milhões de toneladas de frango em 1992, pulou para aproximadamente 7,0 milhões de toneladas em 2002. Esse aumento se deve não somente ao sistema central verticalizado e organizado de produção, mas principalmente às condições climáticas favoráveis e ao fato de ser produtor da maior parte das matérias necessárias para a produção de ração, dispensando assim a necessidade de importação. Neste cenário, o Estado de Santa Catarina que estava freqüentemente na primeira posição produtiva (22,9%) até 1997, começou a decair. (TRICHES et al. 2005)

Tomando o ano de 2005 como base, o frango situa-se em primeiro lugar entre os 10 produtos mais exportados, como mostra o gráfico 04, respondendo por 30% do total desses produtos ou 741.582.269 Kg, que vendidos a média de U\$ 1, 28/Kg somaram U\$ 950.723.248 Dólares.

Gráfico 04 – Posição do frango em relação aos 10 produtos mais exportados



Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

4.2.2 Carnes de suíno

De acordo com Triches et al. (2006) a cadeia produtiva do suíno pode ser dividida em três grandes segmentos: o primeiro, engloba as atividades realizadas antes das propriedades, como a pesquisa e o desenvolvimento de melhoramentos genéticos, formado por empresas geralmente estrangeiras que buscam raças com perfil menos susceptível a doenças, com diferentes proporções de carne/gordura, e menor tempo de engorda entre outros. Este segmento ainda engloba os produtores de insumos como ração, pré-mix, máquinas, equipamentos, vacinas, medicamentos, energia e combustíveis entre outros. No segundo segmento, estão as atividades situadas dentro das propriedades suinocultura, engloba os produtores de matérias-primas para a indústria de ração (milho, soja, etc.), além das unidades de reprodução e de produção que compreendem todas as fases de produção de matrizes, cruzamento, gestação, reprodução, desmame, recria e engorda e o armazenamento, tratamento e desova dos dejetos das unidades de produção. O terceiro e último segmento é caracterizado pelas atividades pós-propriedade. A agroindústria, os intermediários como os atacadistas, os

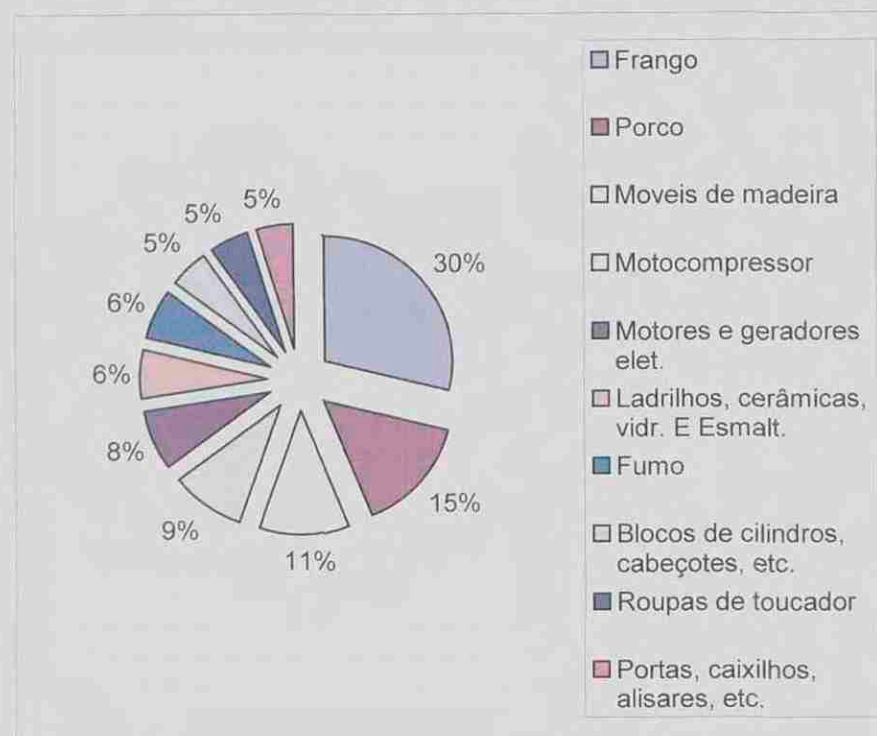
varejistas e os agentes exportadores e importadores, além das indústrias processadoras de subprodutos (couro, farinhas de carne, de osso e de sangue) e os consumidores internos e externos são os elos que completam a cadeia produtiva da carne suína.

As atividades realizadas nas propriedades de suinocultura são as mais sensíveis a fatores externos, como doenças, clima, política, economia entre outros. O princípio dessas atividades se dá a partir do cruzamento, gestação e nascimento. A fêmea recebe um tipo especial de ração durante a gestação e amamentação. Os leitões com 20 dias são transportados para o segundo produtor integrado, a agroindústria responsável pela chamada “creche”. Nessa etapa, eles permanecem desde o desmame até aproximadamente 45 dias de idade, quando recebem cuidados sanitários especiais. Os leitões são novamente transportados, após 45 dias, para o terceiro e último produtor também chamado “terminador”, ficando aproximadamente 100 dias para engorda. Nesse período, os animais recebem ração especialmente preparada pela agroindústria, a fim de que alcancem o peso final estimado em 100 kg. (TRICHES et al., 2006)

Em termos nacionais, o rebanho suíno apresentou um crescimento contínuo a partir de meados de 1996 até 2004, no entanto a taxa média foi menor que a taxa de crescimento mundial, o rebanho passou de 29,2 milhões de cabeças em 1996 para 32,4 milhões em 2004. O rebanho brasileiro de suínos está altamente concentrado nos estados da Região Sul e no estado de Minas Gerais, que responderam por cerca de 53% do total, em 2004. Neste cenário o Estado de Santa Catarina tem ocupado a primeira posição no ranking nacional com uma média de 15% a 17% do rebanho nacional, seguido de perto pelo Rio Grande do Sul e Paraná. (TRICHES et al., 2006)

Tomando o ano de 2005 como base, a carne de suínos situa-se em segundo lugar entre os 10 produtos mais exportados, como mostra o gráfico 05, respondendo por 15% do total desses produtos ou 141.408.079 Kg, que vendidos a média de US\$ 3, 47/Kg somaram US\$ 490.810.144 Dólares.

Gráfico 05 – Posição do porco em relação aos 10 produtos mais exportados

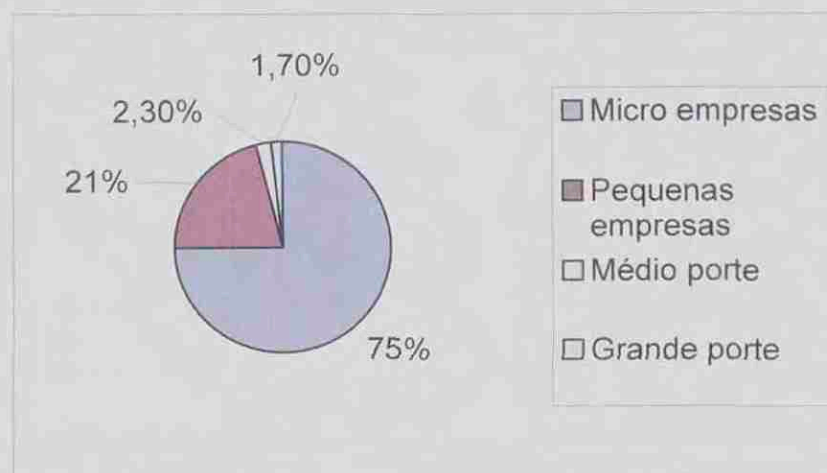


Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

4.2.3 Móveis de Madeira

Segundo Garcia & Motta (2005) a indústria nacional de móveis tem sido alvo de diversas pesquisas, mas é sempre considerada como um todo, ou seja: incluindo móveis residenciais, para escritórios ou institucionais, fabricados de diversos materiais, e por isso é um tanto ampla, dificultando que dela seja estudado em maiores detalhes apenas o segmento de móveis residenciais de madeira. Mas sabe-se que o setor específico de móveis de madeira para residências representa em torno de 88% das exportações gerais de móveis produzidos no Brasil. Os móveis residenciais de madeiras formam um importante segmento nacional onde são mais de 16.000 empresas nacionais, das quais predominam 75% que são do porte micro-empresas, 21% pequenas, 2,3% média e 1,7% de grande porte, como se pode observar no gráfico 06:

Gráfico 06 – Distribuição das empresas nacionais de móveis residenciais de madeira por porte.



Fonte: Garcia & Motta (2005)

A importância do setor no Brasil ainda pode ser destacada pela geração de mais de 195 mil empregos, em empresas na grande maioria de capital nacional e grande parte de gestão familiar. As empresas produtoras estão concentradas principalmente nas regiões Sul e Sudeste, e em alguns estados existem Sistemas Locais de Produção (SLPs), sendo os principais Bento Gonçalves (RS), São Bento do Sul (SC), Arapongas (PR), Ubá (MG), Linhares (ES), Mirassol e Votuporanga (SP). Mas a exportação é predominantemente realizada a partir das SLPs da região sul, onde situam-se mais de 20 dos 35 maiores SLPs, e sobretudo de São Bento do Sul em Santa Catarina, onde situam-se mais de 10 destas das maiores exportadoras nacionais, como por exemplo a Indústria Artefama S.A; Móveis Rudnick S.A; Móveis Weihermann; Móveis Walfrido; Móveis James; Móveis Neumann; Móveis Consular e; Móveis Leopoldo entre outros. Para Garcia & Motta (2005) esse setor diferencia-se de outros, pela grande sensibilidade que mostra em relação às variações econômicas:

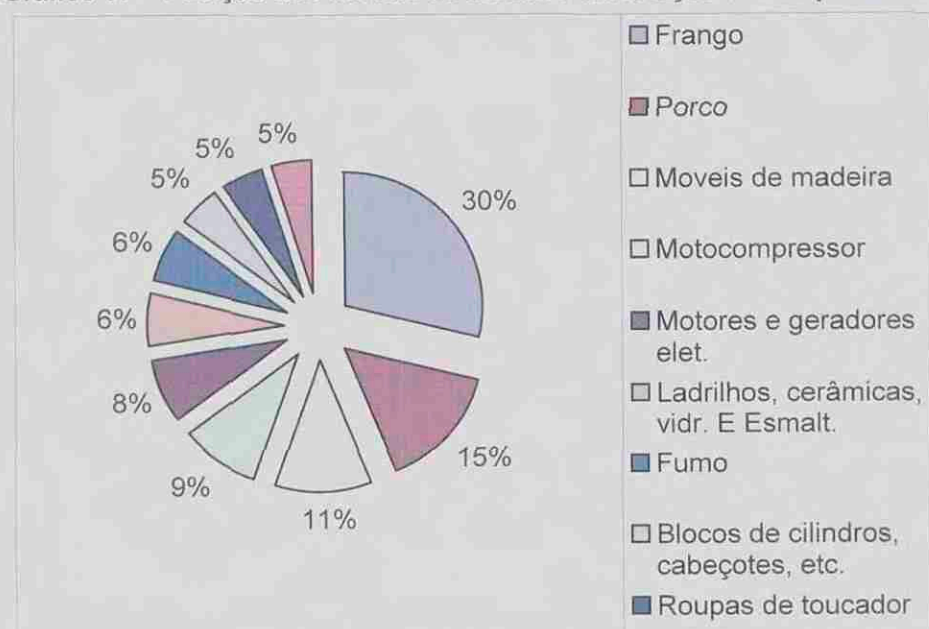
É importante destacar que a demanda por móveis tem elevada elasticidade-renda, e devido a isto é um setor sensível às variações conjunturais da economia, portanto é bastante afetada com recessões, mas também responde rápido quando há aumento pequeno na renda. (GARCIA & MOTTA, 2005, p. 01)

Enquanto o Rio Grande do Sul juntamente com Santa Catarina dominam com mais de 60% da produção nacional de móveis residenciais de madeira, sendo 20% do primeiro e 40% do segundo, em termos de exportação Santa Catarina está de longe à frente de todos os

outros estados, sendo apenas seu SLP de São Bento do Sul responsável por mais de 50% das exportações nacionais, sem incluir os produtores menores. Ao todo, são mais de 400 empresas, com mais de 10.000 postos de trabalho, onde o principal produto é móvel torneado de madeira maciça, principalmente pinus. A maior parte da produção (80%) é de móveis residenciais. Destaca-se ainda que esse pólo exportador se diferencia dos demais pelo nível de qualidade e competitividade que é muito maior, isto porque as empresas das outras regiões brasileiras ainda carecem de investimentos em equipamentos, de mão-de-obra especializada, há deficiências na qualidade do móvel e não tem inserção significativa no mercado externo. (GARCIA & MOTTA, 2005)

Tomando o ano de 2005 como base, a carne de suínos situa-se em terceiro lugar entre os 10 produtos mais exportados, como mostra o gráfico 07, respondendo por 11% do total desses produtos ou 10.662.112 unidades, que vendidas a média de U\$ 35, 46 cada somaram U\$ 378.031.564 Dólares. Cabe ressaltar que o valor estimado de venda de unidade, é apenas um referencial de média, pois esse tipo de produto tem grande variação de preço conforme o modelo, tamanho, acabamento, e materiais secundários. Há uma diferença enorme entre o preço de um guarda-roupas e um criado mudo. Com isso, ocorre nesse tipo de referência média alguns fenômenos, como por exemplo: o aumento das vendas de um modelo mais barato faz diminuir o preço médio calculado, e vice versa.

Gráfico 07 – Posição dos móveis de madeira em relação aos 10 produtos mais exportados



Fonte: Garcia & Motta (2005)

5 A EVOLUÇÃO DOS QUATRO PRODUTOS MAIS EXPORTADOS POR SANTA CATARINA ENTRE 2001 E 2005

Devido à disponibilidade de estatísticas, indicadores e outras fontes compatíveis de informação sobre o estado de Santa Catarina, o presente trabalho optou por estudar a evolução das exportações dessa unidade da Federação considerando as quatro primeiras posições no ranking estadual, e seu comportamento nos anos de 2001, 2002, 2003, 2004 e 2005. A escolha de 4 produtos foi devido à sua importância na economia do estado e ao fato de que apenas as 4 primeiras posições se mantiveram mais estáveis no período estudado, com os produtos: Frango, carnes de suíno, motocompressores, móveis de madeira e roupas de toucador, sendo que a quinta posição teve muita variação, hora ocupada por roupas de toucador, motores e geradores elétricos e papel entre outros produtos, tornando quase impossível estabelecer uma série histórica.

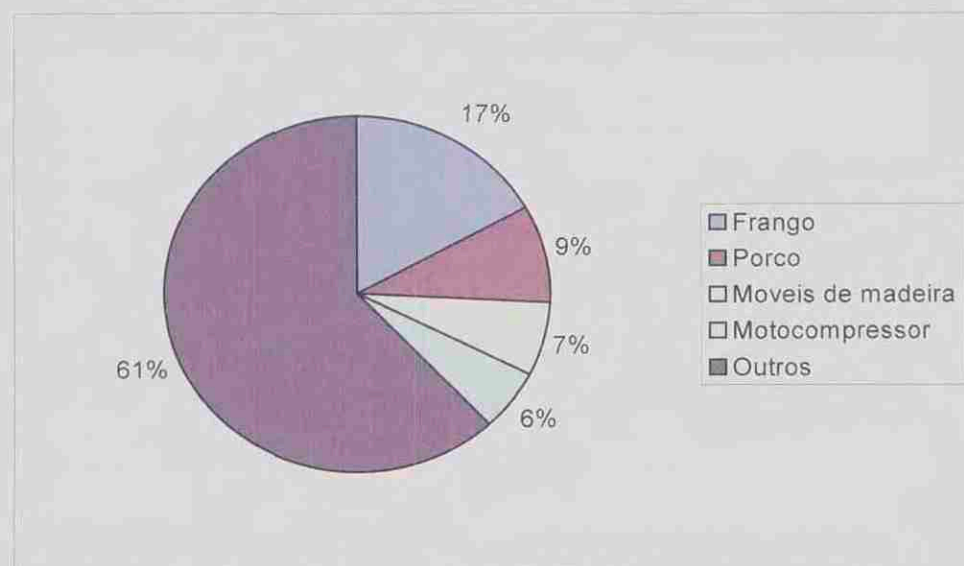
No período estudado, o Estado de Santa Catarina teve destaque no cenário nacional de exportações. Como se pode observar na tabela 08, o estado respondeu uma média de 5% do total das exportações brasileiras, com ápice em 2001 e ligeiro declínio em 2005.

Tabela 08 – percentual catarinense nas exportações brasileiras

	Sta. Catarina	Brasil	Percentual
Ano 2001	\$3.028.399.000	\$58.222.642.000	5,20%
Ano 2002	\$3.157.065.000	\$60.361.786.000	5,23%
Ano 2003	\$3.695.786.000	\$73.084.140.000	5,06%
Ano 2004	\$4.853.506.000	\$96.475.220.000	5,03%
Ano 2005	\$5.584.125.000	\$118.308.269.000	4,72%

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Seus quatro produtos mais exportados, quando somados, representaram 39% do total de exportações do estado em 2005, sendo o frango sozinho responsável por 17% das exportações catarinenses, as carnes de suínos 9%, os móveis de madeira 7%, os motocompressores 6%, e os demais produtos todos juntos 61%, como se pode observar no gráfico 08.

Gráfico 08 – Proporção dos 4 produtos mais exportados em relação ao total do estado

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Embora o estado de Santa Catarina responda por uma média de 5% das exportações totais do Brasil, quando se trata de seus 4 produtos mais fortes, esse percentual é muito mais representativo. Na tabela 09, pode-se observar que o estado exporta mais da metade do total de carnes de suínos, móveis de madeira e motocompressores das exportações nacionais, o frango por sua vez, mesmo sendo seu produto mais forte, encontra forte concorrência de outros estados, ficando apenas com um percentual de 28,60% do total nacional exportado.

Tabela 09 – Percentual de cada produto no total nacional exportado em 2005

Produto	Brasil	Santa Catarina	
Frango	\$3.324.208.564	\$950.723.248	28,60%
Porco	\$838.442.606	\$490.810.144	58,54%
Moveis de madeira	\$665.141.850	\$378.031.564	56,83%
Motocompressor	\$547.115.238	\$308.621.991	56,41%

Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Ao longo do período estudado, como mostra a tabela 10, o frango teve oscilações consideráveis em sua quantidade exportada e seu preço médio no ano de 2002, caindo para 90 centavos de Dólar, mas retomando gradualmente o valor e superando-o em 2005 no patamar de US\$ 1,28 o quilograma. Um fenômeno interessante ocorre com o preço médio dos móveis

de madeira em 2004, provavelmente trata-se da inserção de um novo modelo mais barato até então não exportado, o que faz o cálculo da média se deslocar para baixo uma vez que ele considera todos os modelos como “unidades vendidas”. Os motocompressores, que também se dividem em modelos com grandes diferenças de preços, desde os pequenos para frigobares até os industriais, parecem sofrer o mesmo fenômeno em 2004 e 2005, provavelmente com a entrada de modelos mais baratos na exportação.

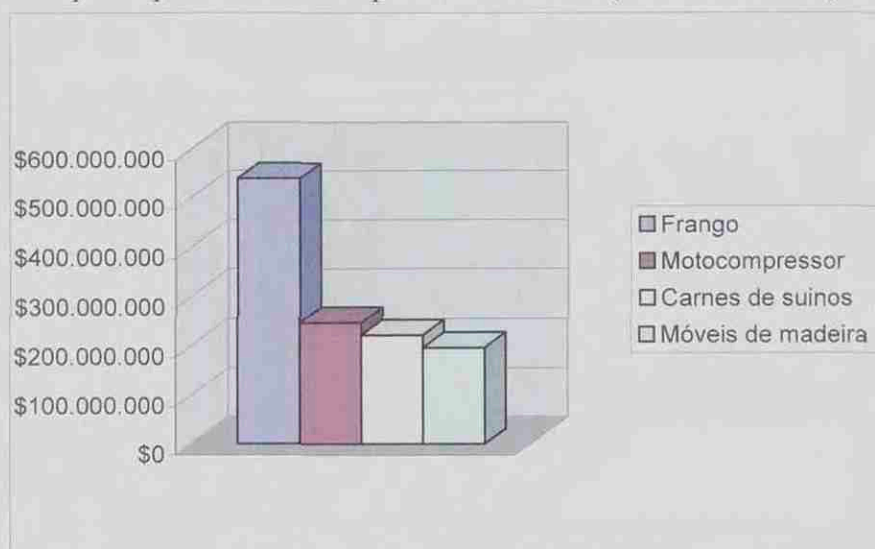
Tabela 10 – Progressão dos produtos em valor, quantidade e preço médio de 2001 a 2005.

2001 a 2005 - 4 principais produtos de St. Cat. Totais, quantidades e preço médio					
Produto	2001	2002	2003	2004	2005
Frango	\$539.181.435	\$508.074.628	\$599.040.042	\$778.920.524	\$950.723.248
Porco	\$221.191.857	\$250.861.313	\$186.398.636	\$324.688.249	\$490.810.144
Motocompressor	\$246.596.817	\$268.540.234	\$251.664.467	\$284.723.300	\$308.621.991
Moveis de madeira	\$196.169.209	\$250.384.413	\$295.312.658	\$376.385.435	\$378.031.564
Quantidades					
Frango Kg	486270870	565805321	590504629	683091943	741582268
Porco Kg	71193152	97157545	102282840	116173757	141408079
Motocompressor Unidades	9509674	11033816	10369093	25048350	22303038
Moveis de madeira Unidades	7856369	9134803	12099766	72641919	10662112
Preços médios (em Dólares)					
Frango Kg	\$1,11	\$0,90	\$1,01	\$1,14	\$1,28
Porco Kg	\$3,11	\$2,58	\$1,82	\$2,79	\$3,47
Motocompressor Unidades	\$25,93	\$24,34	\$24,27	\$11,37	\$13,84
Moveis de madeira Unidades	\$24,97	\$27,41	\$24,41	\$5,18	\$35,46

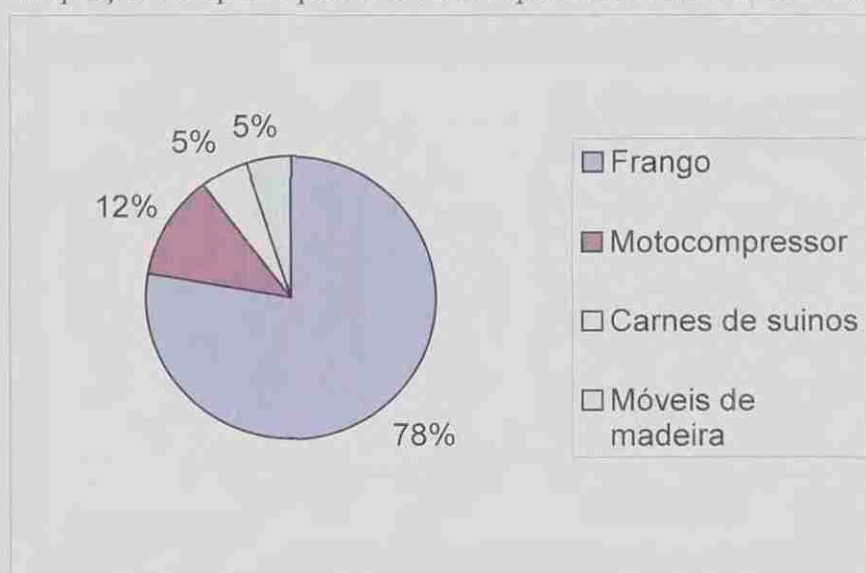
Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

5.1 O ano de 2001

Em 2001 o Estado de Santa Catarina exportou US\$539.181.435 em carnes de frango, US\$246.596.817 em motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar, US\$221.191.857 em carnes e carcaças de suínos, e, US\$196.169.209 em móveis residenciais de madeira. A colocação desses produtos nos quatro primeiros lugares do ranking estadual em 2001 e o fato do frango ocupar significativamente a primeira posição pode ser visualizada no gráfico 09. Já o gráfico 10 demonstra que a predominância do frango chega a 78% do total dos quatro produtos mais exportados em 2001.

Gráfico 09 – Os quatro produtos mais exportados em 2001 (em dólares FOB)

Fonte: FIESC (2006)

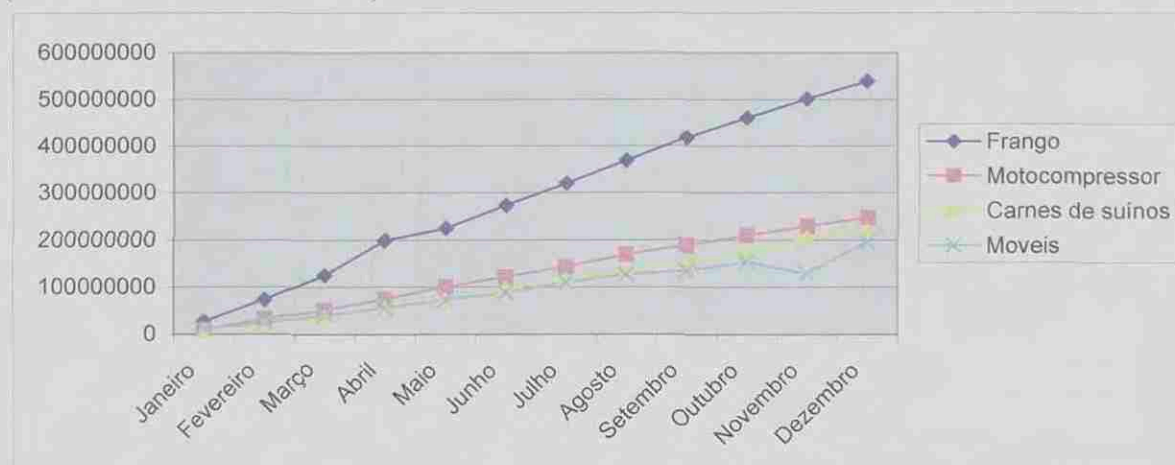
Gráfico 10 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2001

Fonte: FIESC (2006)

Considerando as exportações dos quatro produtos campeões em 2001 na progressão dos meses de janeiro a dezembro, observa-se um padrão crescente, no entanto, o frango além de ter sido o primeiro produto mais exportado, também se comporta com uma taxa de crescimento muito maior que os móveis, suínos ou motocompressores. No gráfico 11, observa-se um valor desprezível de exportação do frango em janeiro com crescimento verticalizado, deixando os outros produtos para trás logo em fevereiro e ascendendo a um

distanciamento maior rumo a dezembro. Observa-se também uma queda expressiva no crescimento da exportação de móveis residenciais de madeira em novembro, com retomada em dezembro. Os motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar residenciais mantêm um padrão estável de crescimento ao longo do ano.

Gráfico 11 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2001 (em milhões de dólares FOB)

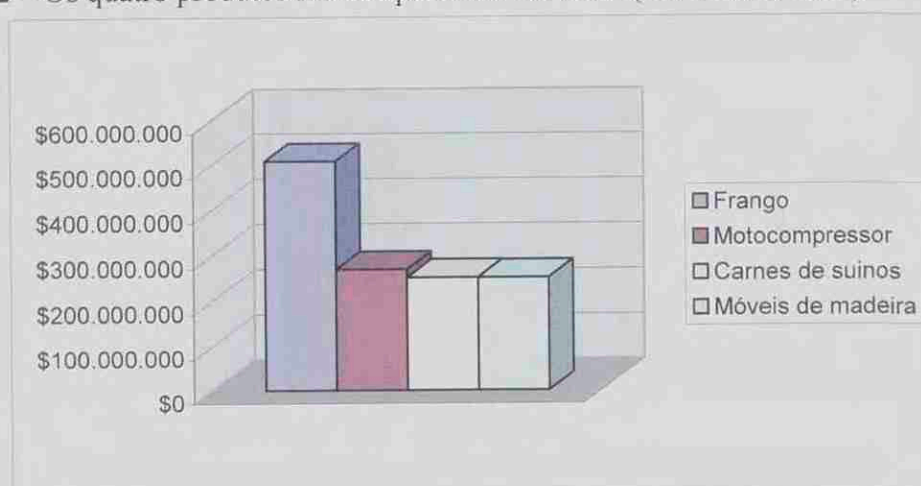


Fonte: FIESC (2006)

5.2 O ano de 2002

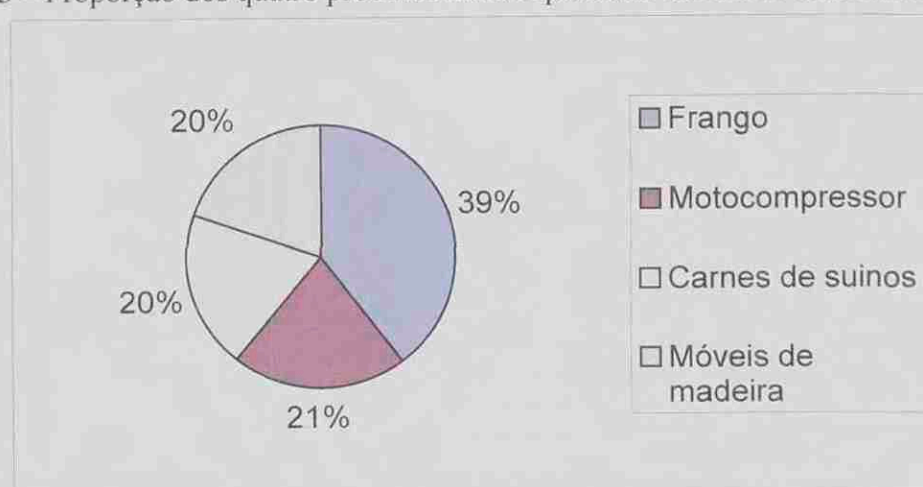
Em 2002 o Estado de Santa Catarina exportou U\$508.074.628 em carnes de frango, U\$268.540.234 em motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar, U\$250.861.313 em carnes e carcaças de suínos, e, U\$250.384.413 em móveis residenciais de madeira. A colocação desses produtos nos quatro primeiros lugares do ranking estadual em 2002 e o fato do frango ocupar novamente de uma forma expressiva a primeira posição pode ser visualizada no gráfico 12. Já o gráfico 13 demonstra que a predominância do frango que chegava a 78% do total dos quatro produtos mais exportados no ano anterior cai para 39% em 2002 devido à sua retração e ao aumento da participação dos outros produtos.

Gráfico 12 – Os quatro produtos mais exportados em 2002 (em dólares FOB)



Fonte: FIESC (2006)

Gráfico 13 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2002

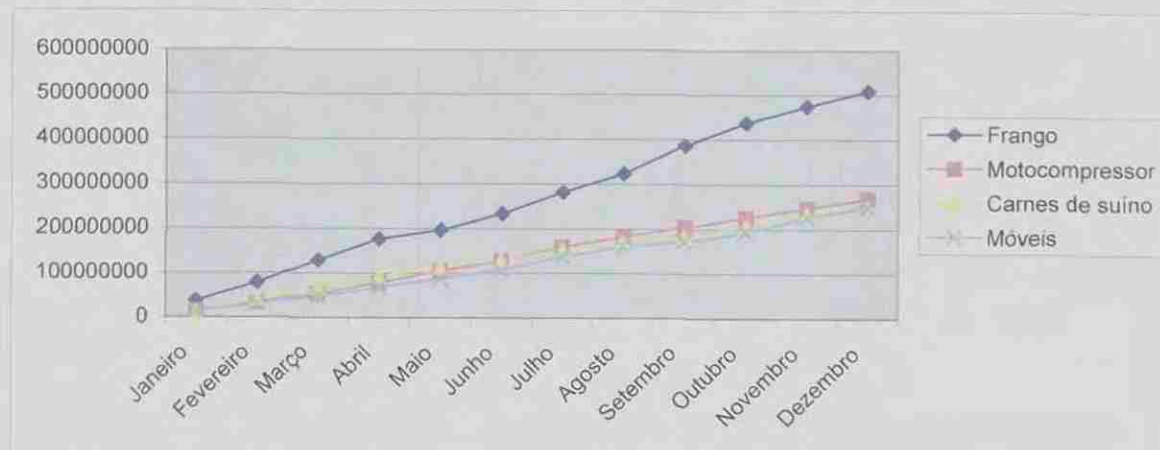


Fonte: FIESC (2006)

Considerando as exportações dos quatro produtos campeões em 2002 na progressão dos meses de janeiro a dezembro, observa-se uma predominância crescente de todos os produtos, no entanto, o frango como produto mais exportado, também se comporta com uma taxa de crescimento muito maior que os móveis, suínos ou motocompressores. No gráfico 14, observa-se um valor mínimo de exportação do frango em janeiro, com acelerado crescimento, deixando os outros produtos para trás logo em fevereiro e ascendendo a uma distância maior rumo a dezembro. Observa-se, no entanto, de forma diferente do ano anterior, uma retração no crescimento do frango no mês de abril, o que pode explicar sua queda global no ano, que foi de 78% em 2001 para 39% em 2002, da proporção total dos quatro produtos

mais exportados. Os móveis residenciais de madeira e os motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar residências mantêm basicamente um mesmo padrão de crescimento ao longo do ano.

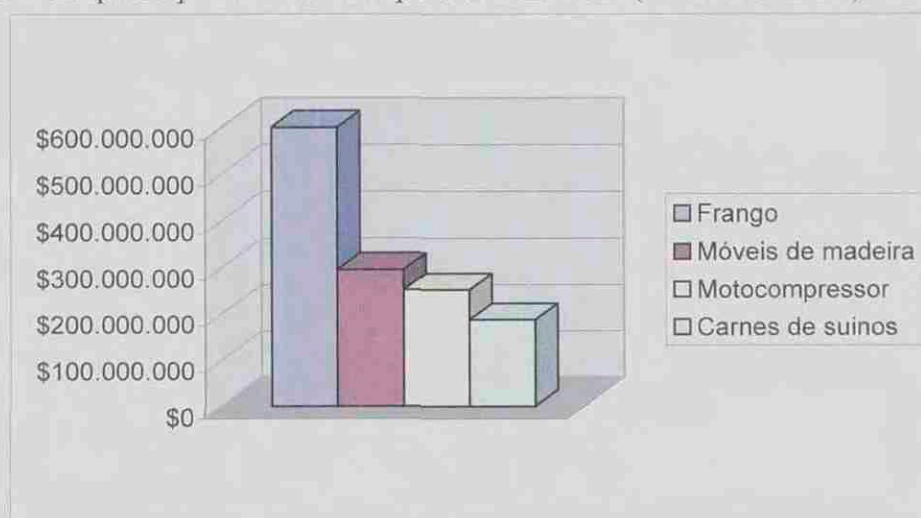
Gráfico 14 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2002 (em dólares FOB)



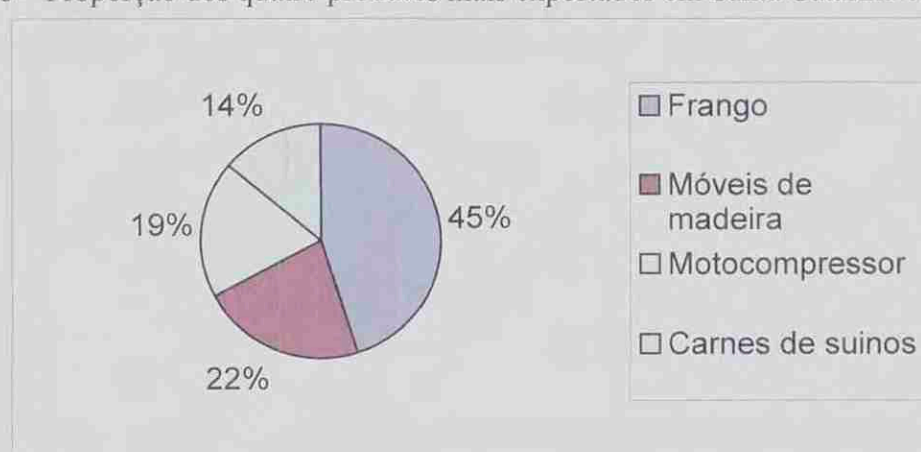
Fonte: FIESC (2006)

5.3 O ano de 2003

Em 2003 o Estado de Santa Catarina exportou US\$599.040.042 em carnes de frango, US\$295.312.658 em móveis residenciais de madeira, US\$251.664.467 em motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar e US\$186.398.636 em carnes e carcaças de suínos. A colocação desses produtos nos quatro primeiros lugares do ranking estadual em 2003 e o fato do frango ocupar uma colocação privilegiada em relação aos demais produtos pode ser visualizada no gráfico 15. Já o gráfico 16 demonstra que a predominância do frango volta a retomar seu crescimento que havia caído em 2002 com relação a 2001.

Gráfico 15 – Os quatro produtos mais exportados em 2003 (em dólares FOB)

Fonte: FIESC (2006)

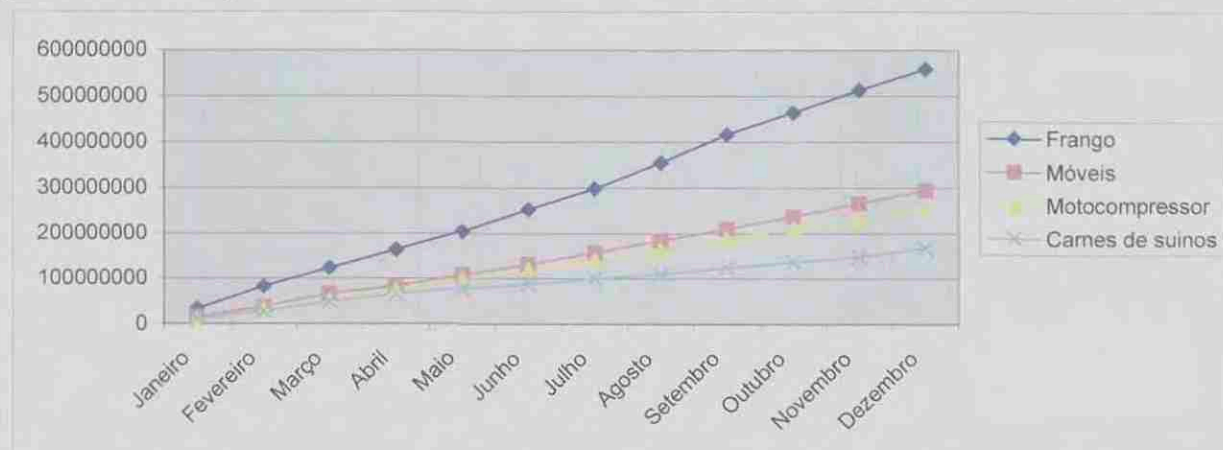
Gráfico 16 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2003

Fonte: FIESC (2006)

Considerando as exportações dos quatro produtos campeões em 2003 na progressão dos meses de janeiro a dezembro, observa-se uma tendência crescente de exportação, no entanto, o frango como principal produto exportado, também se comporta com uma taxa de crescimento muito maior que os móveis e motocompressores, que apresentam a segunda maior taxa de crescimento. No gráfico 17, observa-se um valor desprezível de exportação do frango em janeiro com crescimento intenso, deixando os outros produtos para trás logo em fevereiro e ascendendo a uma distância ainda maior rumo a dezembro. Observa-se também um crescimento menor das carnes de suínos com relação aos demais produtos,

aumentando a distância a partir de junho. Os móveis residenciais de madeira e os motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar mantêm um padrão relativamente estável de crescimento ao longo do ano.

Gráfico 17 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2003 (em dólares FOB)

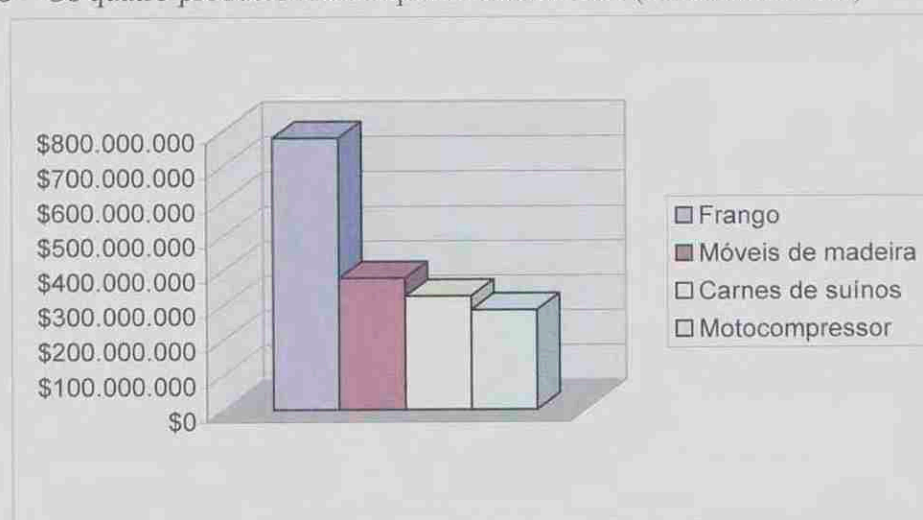


Fonte: FIESC (2006)

5.4 O ano de 2004

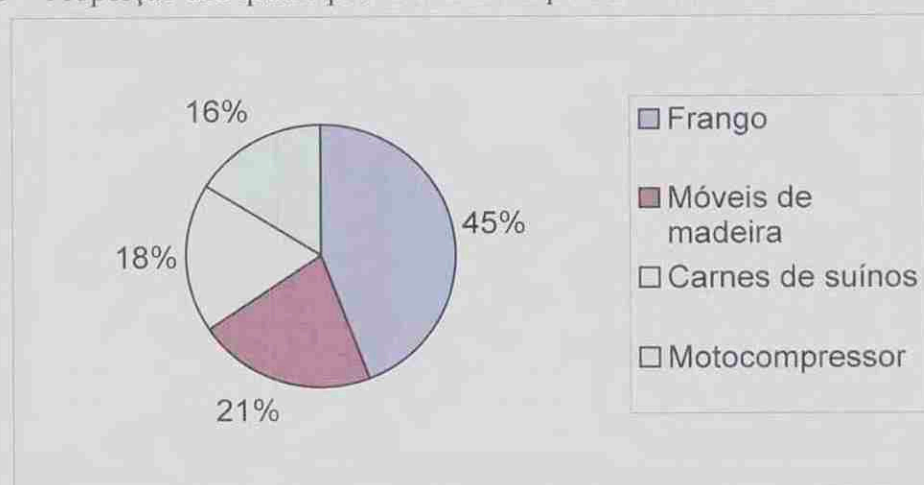
Em 2004 o Estado de Santa Catarina exportou US\$778.920.524 em carnes de frango, US\$376.385.435 em móveis residenciais de madeira, US\$324.688.249 em carnes e carcaças de suínos e US\$284.723.300 em motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar domésticos. A colocação desses produtos nos quatro primeiros lugares do ranking estadual em 2004 e o fato do frango ocupar de longe a primeira posição pode ser visualizada no gráfico 18. Já o gráfico 19 demonstra que a predominância do frango e o seu distanciamento dos outros produtos continua estável.

Gráfico 18 – Os quatro produtos mais exportados em 2004 (em dólares FOB)



Fonte: FIESC (2006)

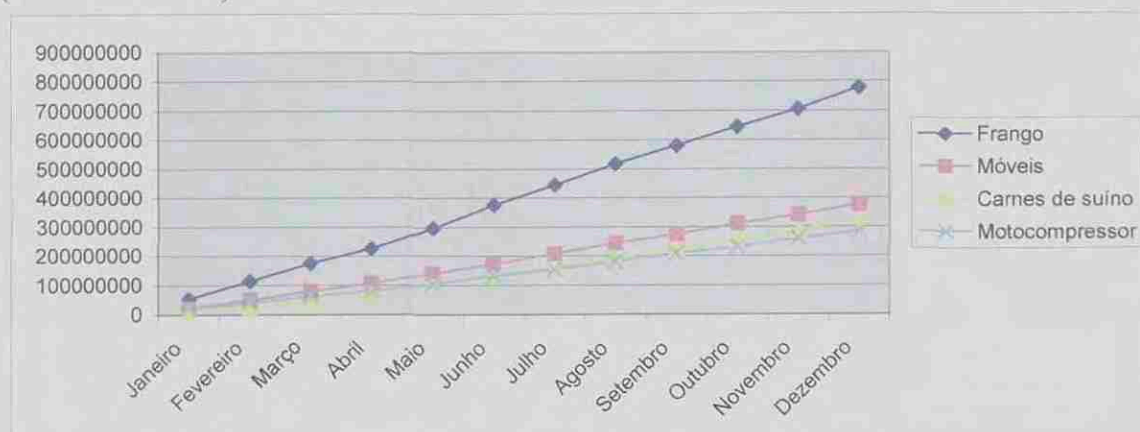
Gráfico 19 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2004



Fonte: FIESC (2006)

Considerando as exportações dos quatro produtos campeões em 2004 na progressão dos meses de janeiro a dezembro, observa-se um padrão crescente, no entanto, o frango além de ser de longe o primeiro lugar, também se comporta com uma taxa de crescimento muito maior que os móveis, suínos ou motocompressores. No gráfico 20, observa-se um valor desprezível de exportação do frango em janeiro, com crescimento verticalizado, deixando os outros produtos para trás logo em fevereiro e ascendendo a um distanciamento maior rumo a dezembro. Observa-se também uma estabilidade no crescimento da exportação de móveis residenciais de madeira, carnes e carcaças de suínos e motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar.

Gráfico 20 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2004 (em dólares FOB)

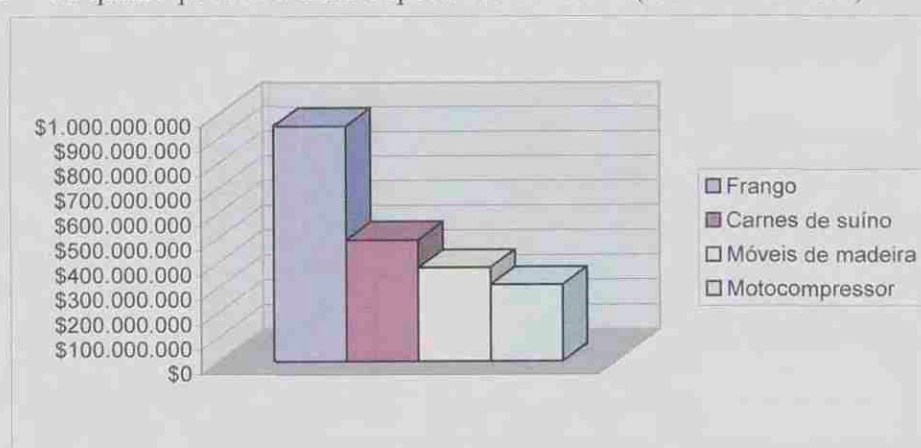


Fonte: FIESC (2006)

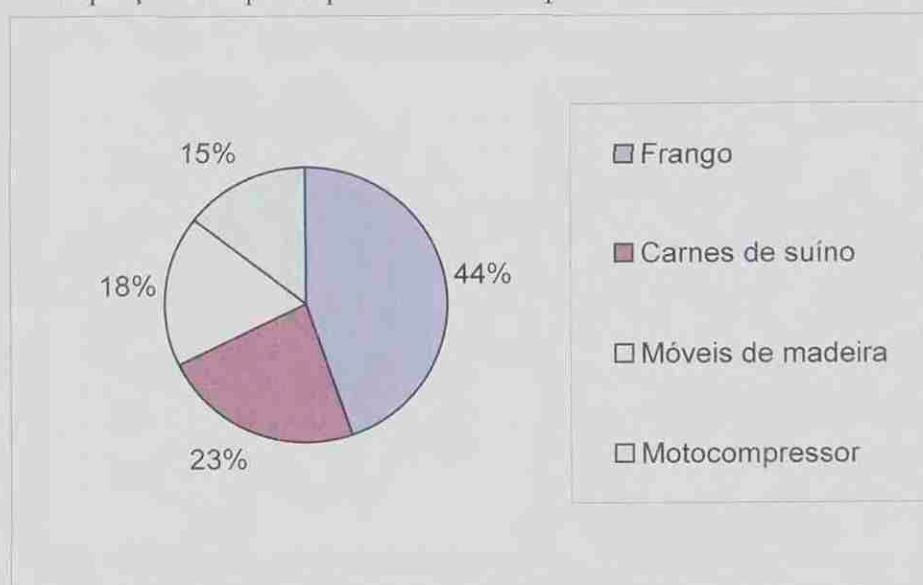
5.5 O ano de 2005

Em 2005 o Estado de Santa Catarina exportou U\$950.723.248 em carnes de frango, \$490.810.144 em carnes e carcaças de suínos, U\$378.031.564 em móveis residenciais de madeira e U\$308.621.991 em motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar. A colocação desses produtos nos quatro primeiros lugares do ranking estadual em 2005 e o fato do frango ocupar de longe a primeira posição pode ser visualizada no gráfico 21. Já o gráfico 22 demonstra que a predominância do frango volta a regredir, pois está em 44%, que representam 1% a menos que o ano anterior.

Gráfico 21 – Os quatro produtos mais exportados em 2005 (em dólares FOB)



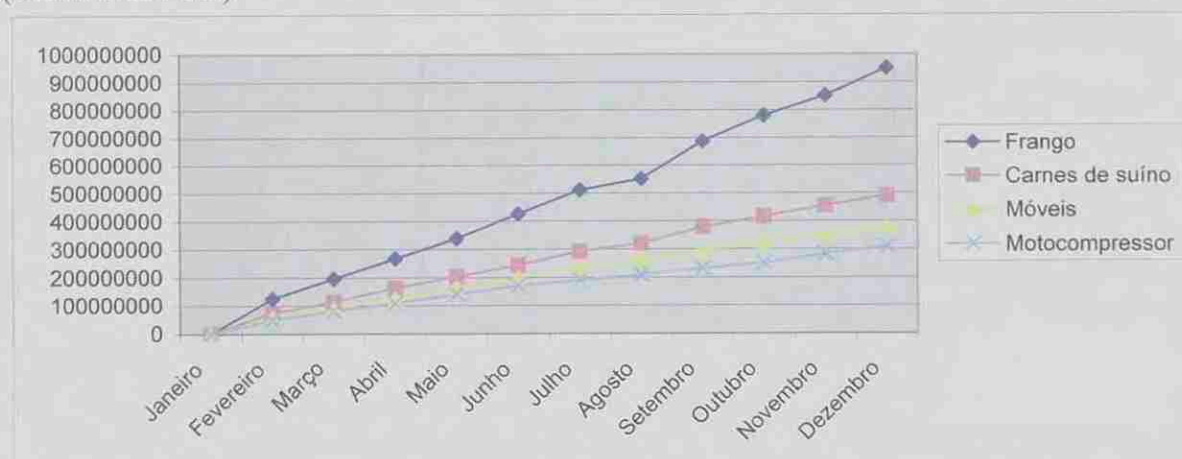
Fonte: FIESC (2006)

Gráfico 22 – Proporção dos quatro produtos mais exportados em Santa Catarina em 2005

Fonte: FIESC (2006)

Considerando as exportações dos quatro produtos campeões em 2005 na progressão dos meses de janeiro a dezembro, observa-se um padrão crescente, no entanto, o frango além de ser de longe o primeiro lugar, também se comporta com uma taxa de crescimento muito maior que os móveis, suínos ou motocompressores. No gráfico 23, observa-se um valor desprezível de exportação do frango em janeiro com crescimento verticalizado, deixando os outros produtos para trás logo em fevereiro e ascendendo a um distanciamento maior rumo a dezembro. Observa-se, no entanto, uma alteração notável em relação aos outros anos estudados, o crescimento da exportação do frango dispara violentamente em setembro, com crescimento vertiginoso até dezembro. O fenômeno não é observado nos outros produtos, como as carnes e carcaças de suíno, os móveis residenciais de madeira e motocompressores herméticos para refrigeradores e condicionadores de ar que mantém um padrão estável de crescimento ao longo do ano.

Gráfico 23 – Evolução comparativa das exportações dos quatro principais produtos em 2005 (em dólares FOB)

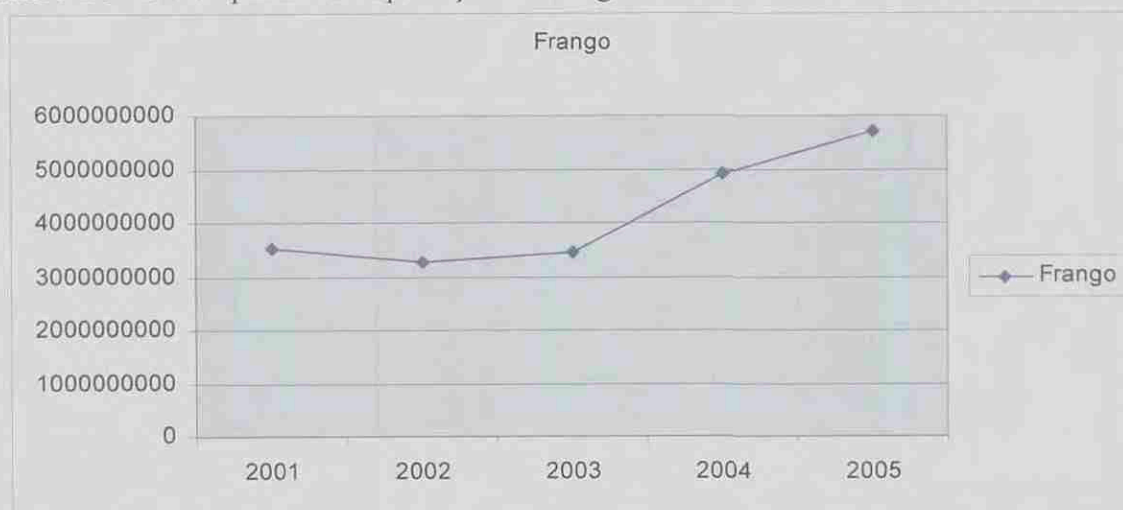


Fonte: FIESC (2006)

6 DISCUSSÃO SOBRE O RUMO DAS EXPORTAÇÕES CATARINENSES

Sem sombra de dúvida, o frango é uma espécie de estrela solitária no cenário das exportações de Santa Catarina, tamanho é o intervalo entre a primeira posição que ocupa no ranking e os produtos colocados nas posições seguintes. Em 2004, a exportação catarinense de pedaços e miudezas de frango atingiu a marca recorde de 4,9 bilhões de Dólares, em um salto que representou quase 40% da receita externa. A explicação para esse fenômeno, segundo Henry Quaresma, da Federação das Indústrias de Santa Catarina (AEE, 2005), é a ampliação de mercado resultante das exportações para a Rússia e o Japão, além do fato dos problemas sanitários e doenças como a gripe aviária que acometeram os exportadores tradicionais como a China, Coreia do Sul e Estados Unidos. No gráfico 24, pode-se observar o desempenho do frango no período de 2001 a 2005, e a verticalização do crescimento a partir de 2003.

Gráfico 24 – Desempenho da exportação do frango de 2001 a 2005



Fonte: FIESC (2006)

Com os problemas sanitários e doenças que atingiram os exportadores tradicionais, os países consumidores passaram a concentrar seus negócios de frango em 2004

com o Brasil. Entre os maiores importadores do frango catarinense, o Japão aumentou a demanda em 65%; A África do Sul em 101% e a Venezuela em 146%. No entanto, esse aumento, é ao mesmo tempo bom e ruim. Há dois problemas sérios a serem considerados. Primeiro a questão de parte de esse aumento ser baseada em um fenômeno temporário ou incidental, de natureza sanitária ou patológica nas aves dos concorrentes, o que significa que assim que sanados esses fatores tidos como favoráveis às exportações catarinenses deixarão de existir tão simples e rapidamente quanto começaram. Em segundo lugar, o fato de que esse aumento colocou as indústrias de frango em Santa Catarina (como a Perdigão, a Seara, a Bunge e a Sadia entre outras) em grande risco de estrangulamento da capacidade industrial, estando em 2004 em torno de 87% da capacidade total.

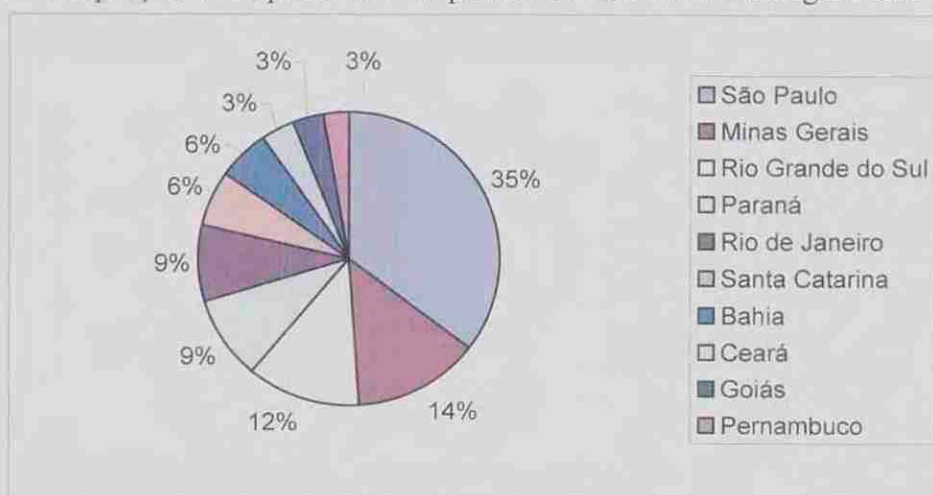
Esse problema se agrava com outros fenômenos que foram expostos anteriormente no presente trabalho: o fato de Santa Catarina ser um Estado predominantemente industrial (70% de suas exportações) e ainda assim, contar com menos recursos e incentivos da União para instalação de novas indústrias que outros estados da Federação, e, o fato da cadeia de produção do frango ser baseada em um controle centralizado pelas indústrias abatedoras e frigoríficas. Diante desse quadro, um estrangulamento industrial seria problemático, porque demandaria certo tempo para que as próprias indústrias existentes no estado tivessem que reformular e aumentar sua linha de produção, assim como fomentar seus fornecedores. A entrada de novos concorrentes parece ter muitas barreiras, seja a falta de políticas de incentivo ou a própria natureza fechada e centralizada do negócio do frango.

A outra possibilidade não é melhor: quando os concorrentes que estão com problemas provisórios de natureza sanitária e doenças nas aves sanarem esses problemas, o preço do frango pode cair consideravelmente no mercado internacional e neste ponto, a indústria catarinense já estaria operando mais perto dos limites do estrangulamento, ou seja, com uma máquina pesada, com muitos encargos e salários, custos e despesas, além dos contratos também aumentados com seus fornecedores. Isso levaria os empresários do setor a decisões difíceis, como abaixar muito o preço do frango no mercado internacional, ou diante dessa impossibilidade ou inviabilidade, promovê-lo no mercado interno. Seria uma espécie de escolha entre ações mais favoráveis para a nação através da balança comercial em médio prazo ou para os cofres das próprias indústrias do frango em curto prazo, despejando o frango no mercado interno através de promoções do tipo “quase de graça”. Há que se lembrar ainda que por ser produto perecível, o prazo de validade é menor e o custo de transporte maior.

Uma solução viável, que buscaria ao mesmo tempo equilibrar capacidade e crescimento industrial com demanda internacional, seria investir na imagem do agronegócio. Um trabalho de médio e longo prazo, visando promover a “Marca Brasil” entre os consumidores finais estrangeiros, aliado a uma política expansionista de longo prazo da indústria catarinense em prol de um negócio sustentável. Mas é claro que a segunda parte desse plano encontraria forte resistência das empresas que já dominam o setor.

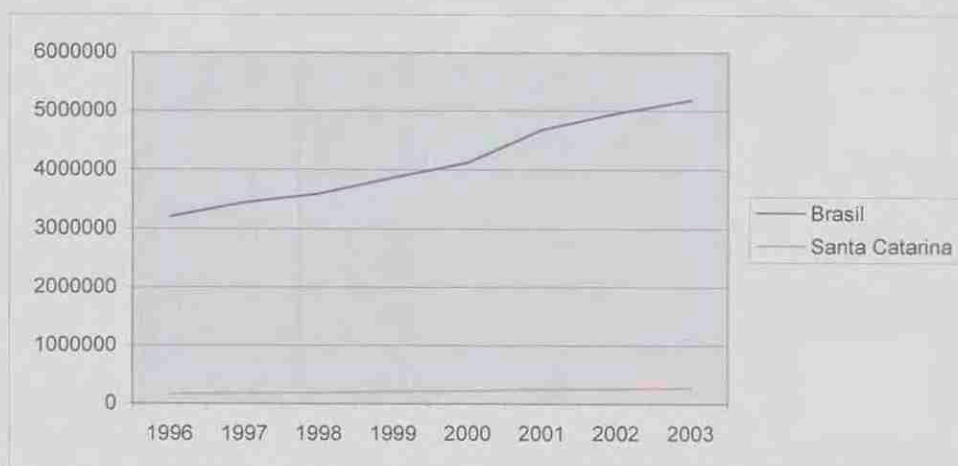
Mas além do frango, Santa Catarina tem um sistema forte de exportações de outros produtos através de micro e pequenas empresas, com destaque especial para os últimos seis anos, de acordo com a pesquisa “As Micro e Pequenas Empresas na Exportação Brasileira – Brasil e Estado 1998/2004” realizada pelo SEBRAE em conjunto com a Funcex. (GOUTHIER, 2005). Esse sucesso que colocou o estado em segundo lugar na pesquisa é possível entre outras coisas, pela cultura estadual de organização das empresas em grupos e cooperativas, formando arranjos produtivos. Segundo a mesma pesquisa, no ranking dos estados que mais exportaram, está São Paulo, com 34% do valor total exportado; Santa Catarina, com 13%; Rio Grande do Sul, com 12%; Paraná, 11%; e Minas Gerais, 6%, sendo que estes cinco representam 75% das micro e pequenas empresas industriais que exportaram entre 1998 e 2004. (GOUTHIER, 2005) Esse quadro seria uma boa notícia em termos de crescimento de exportações se não fossem os números do crescimento do número de novas empresas em Santa Catarina. Primeiro porque o estado está em 6º lugar no ranking nacional em termos de número de empresas, conforme o gráfico 25. Segundo porque o crescimento desse número é muito menor que o total nacional, especialmente a partir de 1999 como mostra o gráfico 26.

Gráfico 25 – Proporção de empresas nos 10 primeiros estados do ranking nacional



Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

Gráfico 26 – Comparação do crescimento do número de empresas nacional e estadual (1996 a 2003)



Fonte: IBGE - Cadastro Central de Empresas

CONCLUSÃO

Com o presente trabalho, conclui-se que o Estado de Santa Catarina teve excelente desempenho nas exportações nacionais dos últimos cinco anos, figurando sempre entre os oito primeiros colocados entre 23 estados. Mas há riscos e oportunidades para o futuro.

Estudados os quatro produtos mais exportados nos últimos cinco anos, o frango (pedaços e miudezas) figurou de forma constante em primeiro lugar no ranking estadual de Santa Catarina, com um considerável intervalo entre sua posição e as dos outros produtos, representando sempre sozinho algo em torno de 41% a 46% do total dos quatro produtos, nomeadamente: frango, móveis de madeira, carnes de suínos e motocompressores herméticos para refrigeração.

Conclui-se que as exportações catarinenses são formadas por duas origens importantes: grupos de micro e pequenas empresas que existem dentro de uma cultura estadual de formação de grupos produtivos, e empresas de grande porte e renome no cenário internacional, como Perdigão, Bunge, Sadia, Seara e outras.

Riscos

O frango teve um aumento explosivo de exportação entre 2003 e 2004, mas o motivo principal não foi o preço ou a qualidade, mas sim as dificuldades sanitárias e de doenças aviárias que acometeram os principais concorrentes tradicionais no cenário internacional, e esse quadro pode ser revertido a qualquer momento de forma consideravelmente rápida. O risco, nesse caso, consiste não apenas na evidente perda de mercado com a reentrada de concorrentes experientes e tradicionais, mas nos prejuízos que podem decorrer da baixa demanda diante de todo um sistema produtivo e industrial pesado, desenvolvido para atender a demanda atual, como o aumento de mão de obra, a compra de equipamentos, novas instalações, fomento e contratos com produtores e crédito.

Outro risco importante, mas não tão grave, é o estrangulamento da indústria exportadora que em 2004 já operava com 86% de sua capacidade total. Se a demanda aumentar, como no caso do frango e da entrada de novos importadores, haverá um problema pertinente à linha decisória das grandes empresas que administram a cadeia produtiva do frango, demandando tempo para sua adaptação e aumento de capacidade, período em que outros países concorrentes oportunistas podem entrar no negócio para suprir a demanda. Nesse sentido, a tomada de decisão das empresas nacionais de grande porte é crucial, mas não fácil, pois seus gestores deverão considerar também as possibilidades do primeiro risco supracitado, temendo a montagem de uma estrutura muito pesada diante da possibilidade de queda brusca e repentina da demanda internacional.

O terceiro risco seria uma tomada de decisão conservadora, ou seja: não aumentar a capacidade de produção, e nesse caso, com um possível crescimento da demanda, mesmo diante da reabilitação dos concorrentes tradicionais internacionais, ocorrer uma perda da fatia de mercado.

Um risco ainda visível seria a falta de diversidade das exportações catarinenses. Estas se limitam a no máximo quatro produtos em destaque, sendo o frango quase como uma certeza absoluta na liderança de exportações. Isto representa um risco na medida em que qualquer alteração no mercado mundial pode comprometer determinado setor e assim diminuir em boa parte o número de exportações do estado. Uma saída seria um projeto governamental para diversificação da pauta de exportações catarinenses, incentivando assim um maior número de produtos e setores para o comércio internacional, aumentando o leque de exportações e diminuindo os riscos de que uma alteração no comportamento internacional comprometa quase metade de nossas exportações, o que aconteceria, por exemplo, com o mercado do frango.

Oportunidades

A primeira oportunidade visível e latente seria o aumento do crescimento de novas empresas no estado. Observou-se na pesquisa que Santa Catarina tem uma taxa de novas empresas muito menor que a maioria dos outros estados brasileiros. Isso leva a uma tendência monopolizadora, como no caso do frango, cuja cadeia produtiva tem um poder

centralizado nas mãos dos frigoríficos, que fomentam os produtores, fornecendo as matrizes, insumos e assistência técnica mediante um contrato de garantia de produção comprada. Nesse quadro, se o governo fomentasse a entrada de novas empresas, especialmente as de atividades múltiplas que produzissem o frango em conjunto com outros produtos, elas poderiam suprir a demanda internacional eliminando dois riscos: o de estrangulamento da produção e o de uma estrutura muito pesada ser surpreendida pela queda brusca de demanda. Mas essa oportunidade, encontraria vários entraves por parte das grandes empresas que já dominam o setor, e que não veriam com bons olhos a entrada de novos concorrentes.

Outra oportunidade seria aproveitar o momento em que os concorrentes internacionais tradicionais estão temporariamente fora da disputa, e o produto brasileiro está colocado em seus antigos mercados, e realizar um trabalho forte de marketing sobre a “marca Brasil”, direcionado não às empresas e intermediários, mas ao consumidor final. Esse tipo de operação consiste geralmente em incluir cláusulas contratuais de que o produto nacional quando exportado e exposto no varejo, deve conservar sua embalagem final original “Made in Brasil”, e/ou quando agregado à granel na composição de outros produtos, como bifes de hambúrguer, salgadinhos, salames, empanados ou outros, estes devem conter no rótulo a procedência da matéria prima “Frango brasileiro”. Não se afasta a possibilidade de o Estado de Santa Catarina promover além da “marca Brasil”, o nome do próprio estado. Assim como é feito com alguns vinhos, que o consumidor já exige e escolhe o país, a província e a região de procedência.

Conclui-se finalmente que há riscos e oportunidades de competência da cadeia decisória privada e governamental com relação ao futuro das exportações catarinenses, e que diante disto, o ideal seria um trabalho em conjunto de ambas as partes.

REFERÊNCIAS

AEE. **Anuário Expressão de Exportações**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <http://www.expressao.com.br/exportacoes/anuarios_eletronicos/anuario2005/estados_sc.htm>. Acesso em: 12/06/2006

ASSIS GRIECO, F. **O Brasil e a Nova Economia Global**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.

BANCO DO BRASIL **Revista de Comércio Exterior**. ed. especial. 2003.

BANCO DO BRASIL. **Negócios internacionais: Incoterms**. 2005. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/on/intc/termoscomer.jsp?area=mpe>> Acesso em: 13/05/2006

BANCO DO BRASIL. **Revista de Comércio Exterior** No. 24.2001

BAUMANN, Renato. **Economia Internacional: teoria e experiência brasileira**. Renato Baumann, Otaviano Canuto, Reinaldo Gonçalves. 2. ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2004.

BNDES. **Produtividade na indústria brasileira. Texto para discussão nº. 67**. BNDES. 2000

BRAGA Rodrigues, S. (Org.) **Competitividade, alianças estratégicas e gerencia internacional**. São Paulo: Atlas, 1999.

BRASIL. Governo do Estado de Santa Catarina. **Localização e Regiões**. 2006. Disponível em: <<http://www.sc.gov.br/conteudo/santacatarina/geografia/paginas/regioes.htm>>. Acesso em: 10/06/2006

CAVES, Richard E. **Economia Internacional: comércio e transações globais**. Richard E. Caves, Jeffrey A. Frankel, Ronald W. Jones; Tradução: Cecília Camargo Bartalotti, Célio Knipel Moreira. São Paulo. Saraiva, 2001.

CETEB - Centro de Ensino tecnológico de Brasília. **A grande dimensão da pequena empresa: perspectivas de ação.** Trabalhos de Flávio Ramos e José Leite de Assis Fonseca. Brasília: SEBRAE, 2002.

Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC; Centro Internacional de Negócios de Santa Catarina-CINSC: **Estatísticas da Balança Comercial.** 2006. Disponível em: < <http://www.cinsc.com.br/>>. Acesso em: 14/06/2006

FLORÊNCIO, Sérgio Abreu de Lima; ARAÚJO, Ernesto Henrique Fraga. **Mercosul hoje.** São Paulo: Alfa Omega, 1996.

GARCIA, Renato; MOTTA, Flávia Gutierrez. Relatório Setorial Preliminar: móveis residenciais de madeira. **Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP.** Publicação em 14/12/2005. Disponível em:

<http://www.finep.gov.br/PortalDPP/relatorio_setorial/impressao_relatorio.asp?lst_setor=303>. Acesso em: 18/06/2006

GOUTHIER, Márcia. **Santa Catarina é destaque nas exportações de pequenas empresas.** Agência Sebrae de Notícias. 21/09/2005. Disponível em: <<http://asn.interjornal.com.br/site/noticia.kmf?noticia=3632382&canal=207>>. Acesso em: 19/06/2006.

KEEDI, Samir. **ABC do Comércio Exterior: Abrindo as primeiras páginas.** 2. ed. São Paulo. Aduaneiras, 2004.

KINDLEBERGER, Charles. **Economia Internacional.** 3. ed. São Paulo. Mestre Jou, 1974.

KRUGMAN, Paul R. **Economia Internacional: teoria e política.** Paul R. Krugman e Maurice Obsfeld. Makron Books do Brasil, 1997.

LABATUT, Ênio Neves. **Política de Comércio Exterior.** Colaboração de Yone Silva Pontes. São Paulo, Aduaneiras, 1994.

LOPES VAZQUES, José. **Comércio Exterior Brasileiro.** 5. ed. São Paulo. Atlas, 2001.

LUNA, E. P. **Essencial de comércio exterior de A a Z.** São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MALUF, S.N.M. **Administrando o comércio exterior do Brasil.** São Paulo: Aduaneiras, 2000.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - MDIC. **Fórum de Competitividade. Cadeia produtiva da indústria têxtil e confecções.** Documento Básico. 2000

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - MDIC – **Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior: Reestruturação e Expansão Competitivas do Sistema Industrial Brasileiro;** Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, Brasília, 1995.

MOTTA Veiga (a), P. **Comércio Exterior e Inserção Internacional da Economia Brasileira.** Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior - FUNCEX. Rio de Janeiro. 1990.

OLIVEIRA, Odete Maria de. (Org.) **Relações Internacionais & Globalização.** Ijuí. Unijuí. 1999

RATTI, Bruno. **Comércio internacional e câmbio.** 10. ed. São Paulo. Aduaneiras, 2000.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 22. ed. São Paulo. Cortez, 2002.

TRICHES, Divanildo; SIMAN, Renildes Fortunato; CALDART, Wilson Luis. **A cadeia produtiva da carne de frango da região da Serra Gaúcha: uma análise da estrutura de produção e mercado.** Instituto de Pesquisas Econômicas e Sociais – Universidade de Caxias do Sul - IPES/UCS. 2005. Disponível em: <<http://hermes.ucs.br/ccea/ipes/IPES%20TD%20011%20SET%202004.pdf>>. Acesso em: 11/06/2006

TRICHES, Divanildo; SIMAN, Renildes; SILVA, Alexandre B. Monteiro, e outros. **A cadeia produtiva da carne suína no Estado do Rio Grande do Sul e na Serra Gaúcha.** Instituto de Pesquisas Econômicas e Sociais – Universidade de Caxias do Sul - IPES/UCS. 2006. Disponível em: <<http://hermes.ucs.br/ccea/ipes/TD%20IPES%2019%20MAR%202006.pdf>>. Acesso em: 11/06/2006.